Supplemento ordinario alla "Gazzetta Ufficiale" n. 161 del 14 luglio 2009 - Serie generale

Spediz. abb. post. 45% - art. 2, comma 20/b
Legge 23-12-1996, n. 662 - Filiale di Roma

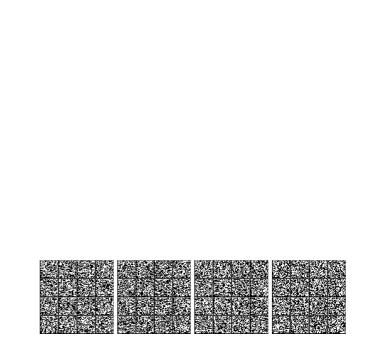
GAZZETTA UFFICIALE

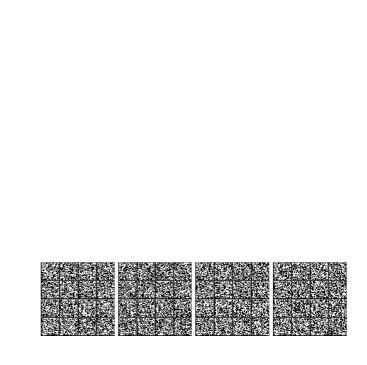
DELLA REPUBBLICA ITALIANA

PARTE PRIMA **Roma - Martedì, 14 luglio 2009** SI PUBBLICA TUTTI I GIORNI NON FESTIVI

DIREZIONE E REDAZIONE PRESSO IL MINISTERO DELLA GIUSTIZIA - UFFICIO PUBBLICAZIONE LEGGI E DECRETI - VIA ARENULA 70 - 00186 ROMA
AMMINISTRAZIONE PRESSO L'ISTITUTO POLIGRAFICO E ZECCA DELLO STATO - LIBRERIA DELLO STATO - PIAZZA G. VERDI 10 - 00198 ROMA - CENTRALINO 06-85081

N. 111

AUTORITÀ PER LE GARANZIE
NELLE COMUNICAZIONI

DELIBERAZIONE 10 giugno 2009.

Identificazione e analisi dei mercati dell'accesso alla rete fissa. (Deliberazione n. 314/09/CONS).

DECRETI E DELIBERE DI ALTRE AUTORITÀ

AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

DELIBERAZIONE 10 giugno 2009.

Identificazione e analisi dei mercati dell'accesso alla rete fissa. (Deliberazione n. 314/09/CONS).

L'AUTORITÀ PER LE GARANZIE
NELLE COMUNICAZIONI

NELLA sua riunione del Consiglio del 10 giugno 2009;

VISTA la legge 31 luglio 1997, n. 249, recante "Istituzione dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo", pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 31 luglio 1997, n.177 - supplemento ordinario n. 154;

VISTA la legge 14 novembre 1995, n. 481, recante "Norme per la concorrenza e la regolazione dei servizi di pubblica utilità. Istituzione delle Autorità di regolazione dei servizi di pubblica utilità", pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 18 novembre 1995, n. 270 - Suppl. Ordinario n. 136;

VISTA la delibera n. 316/02/CONS del 9 ottobre 2002, recante "Regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e successive modificazioni e integrazioni", pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 5 novembre 2002, n. 259 e successive modificazioni;

VISTE le direttive n. 2002/19/CE ("direttiva accesso"), 2002/20/CE ("direttiva autorizzazioni"), 2002/21/CE ("direttiva quadro"), 2002/22/CE ("direttiva servizio universale") pubblicate sulla Gazzetta ufficiale delle Comunità europee del 24 aprile 2002, L. 108;

VISTE le Linee direttrici della Commissione per l'analisi del mercato e la valutazione del significativo potere di mercato ai sensi del nuovo quadro normativo comunitario per le reti e i servizi di comunicazione elettronica, pubblicate sulla Gazzetta ufficiale delle Comunità europee C 165 dell'11 luglio 2002 (le "Linee Direttici");

VISTO il decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259, recante "Codice delle comunicazioni elettroniche" pubblicato sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 15 settembre 2003, n. 215 (il "Codice");

VISTA la Raccomandazione della Commissione dell'11 febbraio 2003 relativa ai mercati rilevanti di prodotti e servizi del settore delle comunicazioni elettroniche suscettibili di una regolamentazione *ex ante* ai sensi della direttiva 2002/21/CE del Parlamento europeo e del Consiglio che istituisce un quadro normativo comune per le

reti ed i servizi di comunicazione elettronica, pubblicata sulla Gazzetta ufficiale delle Comunità europee L 114 dell'8 maggio 2003 (la "precedente Raccomandazione");

VISTA la Raccomandazione della Commissione del 17 dicembre 2007 relativa ai mercati rilevanti di prodotti e servizi del settore delle comunicazioni elettroniche che possono essere oggetto di una regolamentazione *ex ante* ai sensi della direttiva 2002/21/CE del Parlamento europeo e del Consiglio che istituisce un quadro normativo comune per le reti ed i servizi di comunicazione elettronica, pubblicata sulla Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 344/65 del 28 dicembre 2007 (la "Raccomandazione");

VISTA la Raccomandazione della Commissione, del 15 ottobre 2008, "relativa alle notificazioni, ai termini e alle consultazioni di cui all'articolo 7 della direttiva 2002/21/CE del Parlamento europeo e del Consiglio che istituisce un quadro normativo comune per le reti e i servizi di comunicazione elettronica", pubblicata nella Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 301 del 12 novembre 2008;

VISTA la delibera n. 217/01/CONS del 24 maggio 2001 recante "Regolamento concernente l'accesso ai documenti", pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 20 giugno 2001, n. 141 e successive modifiche;

VISTA la delibera n. 453/03/CONS del 23 dicembre 2003, recante "Regolamento concernente la procedura di consultazione di cui all'articolo 11 del decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259" pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 28 gennaio 2004, n. 22;

VISTO l'accordo di collaborazione tra l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e l'Autorità garante della concorrenza e del mercato in materia di comunicazioni elettroniche del 27 gennaio 2004;

VISTA la delibera n. 118/04/CONS del 5 maggio 2004, recante "Disciplina dei procedimenti istruttori di cui al nuovo quadro regolamentare delle comunicazioni elettroniche" pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica Italiana del 19 maggio 2004, n. 116 e successive modificazioni;

VISTA la delibera n. 4/06/CONS, concernente il "Mercato dell'accesso disaggregato all'ingrosso (ivi compreso l'accesso condiviso) alle reti e sottoreti metalliche, ai fini della fornitura di servizi a banda larga e vocali (mercato n. 11 fra quelli identificati dalla raccomandazione della Commissione europea n. 2003/311/CE): identificazione ed analisi del mercato, valutazione di sussistenza di imprese con significativo potere di mercato ed individuazione degli obblighi regolamentari", pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 33 del 9 febbraio 2006;

VISTA la delibera n. 33/06/CONS, concernente i "Mercati dell'accesso al dettaglio alla rete telefonica pubblica in postazione fissa per clienti residenziali e non residenziali (mercati n. 1 e n. 2 fra quelli identificati dalla raccomandazione della Commissione europea n. 2003/311/CE): identificazione ed analisi del mercato, valutazione di sussistenza di imprese con significativo potere di mercato ed

individuazione degli obblighi regolamentari", pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 34 del 10 febbraio 2006;

VISTA la delibera n. 34/06/CONS, concernente il "Mercato dell'accesso a banda larga all'ingrosso (mercato n. 12 fra quelli identificati dalla raccomandazione della Commissione europea n. 2003/311/CE): identificazione ed analisi del mercato, valutazione di sussistenza di imprese con significativo potere di mercato ed individuazione degli obblighi regolamentari", pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 44 del 22 febbraio 2006;

VISTA la determinazione n. 11/06/SG relativa alla "Costituzione dei tavoli tecnici previsti dalle delibere n. 4/06/CONS, 33/06/CONS e 34/06/CONS" pubblicata sul sito web del'Autorità in data in data 15 marzo 2006;

VISTA la delibera n. 83/06/CIR recante "Valutazione ed eventuali modificazioni dell'offerta di riferimento 2006 di Telecom Italia relativa ai servizi di accesso disaggregato all'ingrosso alle reti e sottoreti metalliche e ai servizi di co-locazione di cui alla delibera n. 4/06/CONS" pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 48 del 27 febbraio 2007 - Suppl. Ordinario n. 49;

VISTA la delibera n. 107/07/CIR recante "Approvazione dell'offerta di riferimento di Telecom Italia relativa ai servizi di raccolta, terminazione e transito delle chiamate nella rete telefonica pubblica fissa (mercati 8, 9 e 10) per il 2007 e ai servizi di accesso disaggregato (mercato 11) per il 2006 ed il 2007 pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n.195 del 23 agosto 2007;

VISTA la delibera n. 274/07/CONS recante "Modifiche ed integrazioni alla delibera 4/06/CONS: Modalità di attivazione, migrazione e cessazione nei servizi di accesso", pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n.146 del 26 giugno 2007;

VISTA la delibera 69/08/CIR recante "Approvazione dell'offerta di riferimento di Telecom Italia relativa ai servizi di accesso disaggregato all'ingrosso alle reti e sottoreti metalliche e ai servizi di co-locazione (mercato 11) per il 2008", pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n.252 del 27 ottobre 2008 - suppl. ordinario n. 238;

VISTA la circolare del 9 aprile 2008 recante "Modalità attuative della delibera 274/07/CONS. Passaggio degli utenti finali tra operatori", pubblicata sul sito web dell'Autorità in data 24 aprile 2008;

VISTA la delibera n. 694/06/CONS recante "Modalità di realizzazione dell'offerta WLR ai sensi della delibera n. 33/06/CONS", pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 297 del 22 dicembre 2006 - Suppl. Ordinario n. 242;

VISTA la delibera n. 114/07/CIR recante "Approvazione dell'offerta di riferimento di Telecom Italia per l'anno 2007 per il servizio *Wholesale Line Rental*

(WLR), pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 261 del 9 novembre 2007;

VISTA la delibera n. 48/08/CIR recante **"**Approvazione dell'offerta di riferimento di Telecom Italia per l'anno 2008 per il servizio *Wholesale Line Rental* (WLR)", pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n.190 del 14 agosto 2008 - Suppl. Ord. n. 194;

VISTA la delibera n. 249/07/CONS recante "Modalità di realizzazione dell'offerta di servizi *bitstream* ai sensi della delibera n.34/06/CONS" pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana n. 132 del 9 giugno 2007 - Supplemento Ordinario n.135;

VISTA la Delibera n. 133/07/CIR recante "Approvazione delle condizioni economiche dell'offerta di riferimento di Telecom Italia per l'anno 2007 per i servizi *bitstream* (mercato 12)" pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana n. 20 del 24 gennaio 2008 - Suppl. Ordinario n. 21;

VISTA la sentenza del Consiglio di Stato n. 6527/08 del 23 dicembre 2008 che conferma la sentenza del TAR del Lazio n. 3217 del 16 aprile 2008 con cui il suddetto Tribunale aveva disposto il parziale annullamento della delibera n. 83/06/CIR;

VISTA la sentenza del Consiglio di Stato n. 6529/08 del 23 dicembre 2008 che conferma parzialmente la sentenza del TAR Lazio n. 4869 del 23 maggio 2008 con cui il suddetto Tribunale aveva disposto il parziale annullamento della delibera n. 249/07/CIR e l'annullamento della delibera n. 115/07/CIR;

VISTO il decreto legge 4 luglio 2006, n. 223, recante "Disposizioni urgenti per il rilancio economico e sociale, per il contenimento e la razionalizzazione della spesa pubblica, nonché interventi in materia di entrate e di contrasto all'evasione fiscale", convertito, con modificazioni, dalla legge 4 agosto 2006, n. 248, ed in particolare l'art. 14- *bis*;

VISTA la delibera n. 208/07/CONS recante l'"Avvio di una consultazione pubblica sugli aspetti regolamentari relativi all'assetto della rete di accesso fissa ed alle prospettive delle reti di nuova generazione a larga banda" pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 103 del 5 maggio 2007 e la relativa sintesi dei risultati pubblicata sul sito *web* dell'Autorità;

VISTA la delibera n. 626/07/CONS recante l'"Avvio del procedimento relativo alla revisione ed eventuale integrazione delle misure regolamentari atte a promuovere condizioni di effettiva concorrenza nei mercati di accesso alla rete fissa pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 297 del 22 dicembre 2007;

VISTA la delibera n. 351/08/CONS recante l'"Avvio del procedimento relativo alla valutazione della proposta di impegni presentati ai sensi della legge n. 248/06 dalla società Telecom Italia", pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 165 del 16 luglio 2008;

VISTA la delibera n. 542/08/CONS recante “Procedimento di valutazione della proposta di impegni presentati ai sensi della legge 248/06 da Telecom Italia di cui alla delibera 351/08/CONS: proroga dei termini di sospensione del procedimento avviato con delibera n. 626/07/CONS”, pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 234 del 6 ottobre 2008;

VISTA la delibera n. 718/08/CONS recante “Approvazione della proposta di impegni presentata da Telecom Italia S.p.A. ai sensi della legge 248/06 di cui al procedimento avviato con delibera n. 351/08/CONS”, pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 302 del 29 dicembre 2008;

RITENUTO necessario, ai sensi dell’art. 11 del Codice, consentire alle parti interessate di presentare le proprie osservazioni sugli orientamenti dell’Autorità relativi al tema in esame;

VISTA la delibera n. 92/09/CONS recante “Consultazione pubblica concernente l’identificazione e l’analisi dei mercati dell’accesso alla rete fissa (mercati n. 1, 4 e 5 fra quelli individuati dalla raccomandazione 2007/879/CE)”, pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana n. 58 dell’11 marzo 2009;

VISTE le istanze di audizione pervenute da parte delle società Telecom Italia S.p.A, BT Italia S.p.A., Fastweb S.p.A., Vodafone Omnitel N.V., Welcome Italia S.p.A., Wind Telecomunicazioni S.p.A. e dell’Associazione Italiana Internet Provider (AIIP);

SENTITA, in data 2 aprile 2009, la società Telecom Italia S.p.A.;

SENTITA, in data 6 aprile 2009, la società Welcome Italia S.p.A.**;**

SENTITA, in data 7 aprile 2009, l’Associazione Italiana Internet Provider (AIIP);

SENTITE, in data 8 aprile 2009, le società BT Italia S.p.A., Fastweb S.p.A., Tiscali S.p.A., Vodafone Omnitel N.V. e Wind Telecomunicazioni S.p.A.;

VISTI i contributi prodotti, singolarmente, da Telecom Italia S.p.A, Welcome Italia S.p.A, BT Italia S.p.A. ed AIIP nonché il contributo presentato congiuntamente dalle società BT Italia S.p.A., Fastweb S.p.A., Tele2 S.p.A., Tiscali S.p.A., Vodafone Omnitel N.V. e Wind Telecomunicazioni S.p.A.;

CONSIDERATO quanto segue:

1. IL QUADRO DI RIFERIMENTO NORMATIVO E REGOLAMENTARE

1.1. Il quadro di riferimento normativo
1.2. Il quadro di riferimento regolamentare

2. DEFINIZIONE DEL MERCATO RILEVANTE

2.1. Introduzione
2.2. I mercati dell'accesso al dettaglio e all'ingrosso nella definizione della Commissione
2.3. Descrizione tecnica dei servizi di accesso al dettaglio e all'ingrosso
2.4. Soggetti attivi dal lato della domanda e dell'offerta
2.5. Definizione dei mercati al dettaglio
2.5.1. I mercati del prodotto/servizio al dettaglio
2.5.2. I mercati geografici al dettaglio
2.5.3. Conclusioni sulle definizioni dei mercati rilevanti al dettaglio
2.6. Definizione del mercato all'ingrosso
2.6.1. I mercati del prodotto/servizio all'ingrosso
2.6.2. I mercati geografici all'ingrosso

3. DETERMINAZIONE DEL SIGNIFICATIVO POTERE DI MERCATO

3.1. Introduzione
3.2. Struttura e dinamica del mercato
3.3. Descrizione degli indicatori utilizzati
3.3.1. Livello e andamento delle quote di mercato
3.3.2. Controllo di infrastrutture difficili da duplicare
3.3.3. Economie di scala, densità e diversificazione
3.3.4. Contropotere da parte degli acquirenti
3.3.5. Integrazione verticale
3.3.6. Conclusioni sulla determinazione del significativo potere di mercato
3.4. Struttura e dinamica del mercato
3.5. Descrizione degli indicatori utilizzati
3.5.1. Livello e andamento delle quote di mercato
3.5.2. Controllo di infrastrutture difficili da duplicare
3.5.3. Economie di scala, densità e diversificazione
3.5.4. Contropotere da parte degli acquirenti
3.5.5. Integrazione verticale
3.5.6. Conclusioni sulla determinazione del significativo potere di mercato
3.5.7. Struttura e dinamica del mercato
3.6. Descrizione degli indicatori utilizzati
3.6.1. Livello e andamento delle quote di mercato
3.6.2. Controllo di infrastrutture difficili da duplicare
3.6.3. Economie di scala, densità e diversificazione
3.6.4. Contropotere da parte degli acquirenti
3.6.5. Integrazione verticale
3.6.6. Conclusioni sulla determinazione del significativo potere di mercato

4. GLI IMPEGNI DI TELECOM ITALIA E IL LORO IMPATTO SUI MERCATI ESAMINATI

4.1. Impatto degli Impegni sul mercato dell’accesso all’ingrosso (fisico) alle infrastrutture di rete (ivi compreso l’accesso condiviso o pienamente disaggregato) in postazione fissa (Mercato 4)

4.2. Impatto degli Impegni sul mercato dell’accesso a banda larga all’ingrosso (Mercato 5)

4.3. Impatto degli Impegni sui servizi regolati nell’ambito dei mercati dell’accesso al dettaglio alla rete telefonica pubblica in postazione fissa rispettivamente per clienti residenziali e non residenziali (Mercato 1) e sul mercato dell’accesso a banda larga al dettaglio

INDICE DELLE FIGURE

Figura 1 – Relazione verticale tra i mercati 1, 4 e 5 della Raccomandazione
Figura 2 – Linee di accesso e traffico voce – rete mobile e fissa
Figura 3 – Ripartizione del traffico originato da rete mobile e da rete fissa

INDICE DELLE TABELLE

Tabella 1 – Distribuzione del numero di accessi per servizi di fonia da postazione fissa per tecnologia
Tabella 2 – Distribuzione del numero di accessi a banda larga per trasmissione dati postazione fissa per tecnologia
Tabella 3 – Condizioni economiche dei servizi di fonia offerti su PSTN e con tecnologia VoIP – mese anno (Euro, iva inclusa)
Tabella 4 – Evoluzione dei servizi di fonia offerti con tecnologia VoIP (anni 2004-2007)
Tabelle 5 – Prezzi di un accesso a larga banda da rete fissa rispetto a quelli di un accesso a banda larga da rete mobile (Euro – iva inclusa)
Tabella 6 – Quote di mercato *retail* (volumi) – dicembre 2007
Tabella 7 – Copertura operatori alternativi
Tabella 8 – Dimensione (in linee equivalenti) delle centrali ULL
Tabella 9 – Distribuzione delle quote di mercato detenute da Telecom Italia nel mercato *retail* dell’accesso in fonia
Tabella 10 – Distribuzione delle quote di mercato detenute da Telecom Italia nel mercato *retail* dell’accesso in fonia, segmenti residenziale e non residenziale
Tabella 11 – Quote detenute nel mercato dei servizi di accesso a banda larga all’ingrosso (volumi) – dicembre 2007
Tabella 12 – Distribuzione delle quote di mercato detenute da Telecom Italia nel mercato della banda larga all’ingrosso
Tabella 13 – Mercato 4: numero di linee vendute
Tabella 14 – Mercato 4: quote di mercato in termini di volumi e ricavi
Tabella 15 – Linee a larga banda vendute al dettaglio e all’ingrosso
Tabella 16 – Quote di mercato *retail* (volumi)
Tabella 17 – Quote di mercato all'ingrosso (volumi)
Tabella 18 – Numero di linee equivalenti attive
Tabella 19 – Quote di mercato (volumi) – residenziale (a) – non residenziale (b)
Tabella 20 – Quote di mercato (ricavi) – residenziale
Tabella 21 – Analisi dell'impatto degli Impegni sul Mercato 4
Tabella 22 – Analisi dell'impatto degli Impegni sul Mercato 5
Tabella 23 – Analisi dell'impatto degli Impegni sul Mercato 1

1. IL QUADRO DI RIFERIMENTO NORMATIVO E REGOLAMENTARE

1.1. Il quadro di riferimento normativo

1. Il quadro di riferimento normativo della presente analisi è costituito principalmente dalle seguenti direttive entrate in vigore il 24 aprile 2002 (c.d. quadro normativo comune per le reti ed i servizi di comunicazione elettronica):

- direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio che istituisce un quadro normativo comune per le reti ed i servizi di comunicazione elettronica (2002/21/CE), c.d. "direttiva quadro"[1];
- direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio relativa alle autorizzazioni per le reti e i servizi di comunicazione elettronica (2002/20/CE), c.d. "direttiva autorizzazioni"[2];
- direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio relativa all'accesso alle reti di comunicazione elettronica e alle risorse correlate, e all'interconnessione delle medesime (2002/19/CE), c.d. "direttiva accesso"[3];
- direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio relativa al servizio universale e ai diritti degli utenti in materia di reti e di servizi di comunicazione elettronica (2002/22/CE), c.d. "direttiva servizio universale"[4];
- direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio del 12 luglio 2002 relativa al trattamento dei dati personali e alla tutela della vita privata nel settore delle comunicazioni elettroniche (2002/58/CE), c.d. "direttiva protezione dati".[5]

2. Inoltre, particolare rilievo rivestono:

- la Raccomandazione relativa ai mercati rilevanti di prodotti e servizi del settore delle comunicazioni elettroniche che possono essere oggetto di una regolamentazione *ex ante* ai sensi della direttiva 2002/21/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, adottata il 17 dicembre 2007 ("la Raccomandazione"); [6]
- le Linee direttrici della Commissione per l'analisi del mercato e la valutazione del significativo potere di mercato ai sensi del nuovo quadro normativo comunitario per le reti e i servizi di comunicazione elettronica, adottate dalla Commissione Europea ("Commissione") il 9 luglio 2002 (le "Linee direttrici"); [7]
- la Raccomandazione della Commissione relativa alle notificazioni, ai termini e alle consultazioni di cui all'articolo 7 della direttiva 2002/21/CE del Parlamento

---

[1] In GUCE L 108 del 24 aprile 2002, pag. 33.
[2] In GUCE L 108 del 24 aprile 2002, pag. 21.
[3] In GUCE L 108 del 24 aprile 2002, pag. 7.
[4] In GUCE L 108 del 24 aprile 2002, pag. 51.
[5] In GUCE L 201 del 31 luglio 2002, pag. 37.
[6] In GUCE L 344 del 28 dicembre 2007, pag. 65.
[7] In GUCE C 165 dell'11 luglio 2002, pag. 6.

europeo e del Consiglio, adottata il 15 ottobre 2008 (la “Raccomandazione sull’art. 7”).[8]

3. Il quadro normativo sopra delineato e, in particolare, la direttiva quadro, la direttiva accesso, la direttiva autorizzazioni e la direttiva servizio universale sono state recepite in Italia dal d.lgs. 259/03 del 1° agosto 2003, recante “Codice delle comunicazioni elettroniche” (di seguito, anche il “Codice”).[9]

4. La Raccomandazione, che sostituisce la Raccomandazione della Commissione dell’11 febbraio 2003 relativa ai mercati rilevanti di prodotti e servizi del settore delle comunicazioni elettroniche suscettibili di una regolamentazione *ex ante* (la “precedente Raccomandazione”),[10] ha ad oggetto i sette mercati rilevanti dei prodotti e servizi del settore delle comunicazioni elettroniche le cui caratteristiche sono tali da giustificare l’imposizione degli obblighi di regolamentazione *ex ante*. L’art. 15, comma 3 e l’art. 7, comma 4, della direttiva quadro prevedono che uno Stato membro, ove ricorrano particolari circostanze, possa identificare un mercato rilevante differente da quelli previsti dalla Raccomandazione. Tali disposizioni sono state recepite dall’art. 18 e dall’art. 12, comma 4, del Codice.

5. Le Linee direttrici della Commissione illustrano i criteri cui le Autorità nazionali di regolamentazione (di seguito, le ANR o le Autorità) devono fare riferimento nell’ambito delle analisi dei mercati di cui agli artt. 14, 15 e 16 della direttiva quadro, recepiti rispettivamente dagli art. 17, 18 e 19 del Codice.

6. Il percorso che il quadro normativo comunitario delinea per l’analisi sulla concorrenzialità dei mercati richiede che le ANR procedano dapprima alla definizione del mercato, sia con riferimento ai mercati identificati dalla Commissione come suscettibili di regolamentazione *ex ante* (indicati nell’Allegato della Raccomandazione”) sia con riferimento ad eventuali ulteriori mercati non inclusi in tale lista.

7. Una volta definito il mercato dal punto di vista merceologico e geografico, le ANR procedono alla verifica dell’eventuale sussistenza, sul mercato individuato, di imprese che detengano, individualmente o congiuntamente, un significativo potere di mercato. All’esito della suddetta analisi le ANR introducono, rimuovono o modificano obblighi regolamentari. La definizione dei mercati rilevanti e l’analisi degli stessi devono essere condotte dalle ANR conformemente ai principi del diritto della concorrenza, tenendo nel massimo conto la Raccomandazione e le Linee direttrici. Tuttavia, dal momento che cambia l’orizzonte temporale di riferimento, non si può

---

[8] In GUCE L 301 del 12 novembre 2008, pag. 23.

[9] Pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana del 15 settembre 2003, n. 214 ed entrato in vigore il 16 settembre 2003.

[10] In GUCE L 114 dell’8 maggio 2003, pag. 45. Tale Raccomandazione individuava diciotto mercati suscettibili di regolamentazione *ex ante* che sono stati oggetto del primo ciclo di analisi condotte dall’Autorità.

escludere che, in taluni casi, i mercati definiti ai fini della regolamentazione settoriale possano non coincidere con i mercati definiti ai fini del diritto della concorrenza. Infatti, nel caso della regolamentazione, la definizione dei mercati è sempre svolta in chiave previsionale, in quanto le ANR devono tenere conto, oltre che delle condizioni di mercato esistenti, anche della prevedibile evoluzione futura.

1.2. Il quadro di riferimento regolamentare

8. I mercati oggetto della presente analisi sono attualmente sottoposti a regolamentazione all'esito del primo ciclo di analisi di mercato. In particolare, con riferimento ai mercati al dettaglio dell'accesso alla rete telefonica pubblica in postazione fissa per clienti residenziali e per clienti non residenziali (mercati n. 1 e n. 2 fra quelli identificati dalla precedente Raccomandazione, che ora costituiscono il mercato n. 1 della Raccomandazione) l'Autorità, con delibera n. 33/06/CONS, non ha individuato su tali mercati condizioni di concorrenza effettiva, ma la sussistenza di un significativo potere di mercato in capo a Telecom Italia (nel seguito, anche TI). L'Autorità, in ragione di ciò, ha imposto a Telecom Italia una serie di obblighi sia a livello *wholesale*, sia a livello *retail* che sono dettagliatamente indicati nelle delibere n. 33/06/CONS, n. 694/06/CONS e n. 274/07/CONS.

9. Con riferimento agli obblighi a livello *wholesale*, la delibera n. 33/06/CONS impone a Telecom Italia di presentare un'offerta per il servizio di rivendita del canone all'ingrosso (c.d. *Wholesale Line Rental* o *WLR)* e per i servizi accessori presso gli stadi di linea non aperti al servizio di accesso disaggregato. Tale offerta deve essere pubblicata annualmente ed essere sottoposta all'approvazione dell'Autorità. Telecom Italia è altresì tenuta ad osservare, per il servizio in questione, l'obbligo di non discriminazione in relazione alle condizioni economiche e tecniche ed alla fornitura di informazioni. A garanzia di tale obbligo di non discriminazione si richiede a Telecom Italia l'adozione di misure di separazione amministrativa quali la separazione tra il personale addetto al servizio WLR e quello addetto ai servizi *retail*, l'inaccessibilità di quest'ultimo ai dati relativi agli operatori che fanno uso di servizi intermedi di Telecom Italia e la parità di trattamento nella gestione degli ordini relativi al servizio WLR provenienti dagli operatori e quelli relativi ai servizi interni richiesti dalle divisioni commerciali di Telecom Italia, nonché l'impiego delle medesime tecnologie di accesso nella fornitura di tali servizi. Telecom Italia è stata altresì sottoposta ad un obbligo di separazione contabile che prevede una contabilità regolatoria separata per ciascun servizio di accesso all'ingrosso (incluso il WLR) e al dettaglio corredati da *transfer charge* e prezzi di trasferimento interni. Infine i prezzi del servizio WLR sono determinati sulla base della metodologia del *retail minus*. Le previsioni di cui alla delibera 33/06/CONS sono state implementate e dettagliate attraverso la delibera n. 694/06/CONS e rese operative nell'ambito dell'approvazione, con modifiche, delle Offerte di Riferimento.

10. La delibera n. 33/06/CONS prevede anche obblighi a livello *retail* in base ai quali Telecom Italia è stata sottoposta, per gli anni 2006 e 2007, ad un regime di controllo dei prezzi consistente in un meccanismo di programmazione pluriennale dei prezzi massimi (*price cap*) applicato separatamente per i servizi forniti a clienti residenziali e non residenziali ed all'utilizzo di un sistema di contabilità separato per ciascun servizio di accesso residenziale e non residenziale. L'operatore dominante è, infine, obbligato a non privilegiare ingiustamente determinati clienti e a non accorpare in modo indebito i servizi offerti.

11. Con riferimento al mercato dell'accesso disaggregato all'ingrosso alle reti e sottoreti metalliche ai fini della fornitura di servizi a banda larga e vocali ed al mercato dell'accesso alla banda larga all'ingrosso (rispettivamente mercati n. 11 e n. 12 fra quelli individuati dalla precedente Raccomandazione) l'Autorità, con le delibere n. 4/06/CONS e n. 34/06/CONS ha ravvisato la sussistenza di un significativo potere di mercato in capo a Telecom Italia alla quale sono stati imposti gli obblighi indicati nelle delibere n. 4/06/CONS, n. 34/06/CONS, n. 274/07/CONS e n. 249/07/CONS.

12. La delibera n. 4/06/CONS relativa al mercato n. 11 impone a Telecom Italia di presentare un'offerta di servizi di accesso disaggregato all'ingrosso (incluso l'accesso condiviso) alle reti e sottoreti metalliche nonché ai servizi accessori di co-locazione. Telecom è tenuta al rispetto di obblighi di trasparenza, non discriminazione e di contabilità dei costi e separazione contabile analoghi a quelli descritti al precedente punto 9. I servizi sono stati sottoposti, per gli anni 2006 e 2007, ad un regime di controllo dei prezzi (*network cap*). Le previsioni di cui alla delibera n. 4/06/CONS sono state rese operative nell'ambito dell'approvazione con modifiche delle Offerte di Riferimento relative agli anni 2006, 2007 e 2008.

13. Con riferimento ai servizi di accesso a banda larga all'ingrosso (mercato n. 12) la delibera n. 34/06/CONS impone a Telecom Italia di presentare un'offerta di tali servizi ai livelli di interconnessione DSLAM (ai nodi non aperti all'*unbundling*), *parent switch*, *distant switch* e nodo remoto IP in tecnologia ATM o IP. Tale offerta, deve essere pubblicata annualmente ed essere sottoposta all'approvazione dell'Autorità. Anche con riferimento ai servizi *bitstream* Telecom Italia è tenuta ad osservare obblighi di trasparenza, non discriminazione e contabilità dei costi e separazione contabile analoghi a quelli previsti dalle delibere n. 4/06/CONS e n. 33/06/CONS. Con riferimento al mercato n. 5 Telecom Italia deve, altresì, assicurare che i servizi intermedi abbiamo tempi di *provisioning* e *assurance* migliorativi rispetto ai propri servizi finali. Infine i prezzi dei servizi *bitstream* devono ottenersi, nel rispetto del principio di parità di trattamento interno-esterna, a partire dai dati di contabilità regolatoria, sulla base dei costi pertinenti ai servizi erogati e della remunerazione del capitale investito. Le previsioni di cui alla delibera n. 34/06/CONS sono state implementate e dettagliate con la delibera n. 249/07/CONS e rese operative nell'ambito dell'approvazione con modifiche dell'Offerta di Riferimento *bitstream* dell'anno 2007.

14. Da ultimo si rileva che la Delibera 274/07/CONS ha modificato ed integrato la regolamentazione relativa a tutti i servizi di accesso all'ingrosso attraverso previsioni circa le modalità di attivazione, migrazione e cessazione di tali servizi.

2. DEFINIZIONE DEL MERCATO RILEVANTE

2.1. Introduzione

15. Ai sensi dell'articolo 18 del Codice, l'Autorità, tenendo in massima considerazione la Raccomandazione e le Linee direttrici,[11] definisce i mercati rilevanti conformemente ai principi del diritto della concorrenza e sulla base delle caratteristiche e della struttura del mercato nazionale delle comunicazioni elettroniche.

16. Nell'ambito della pratica del diritto della concorrenza, la definizione del mercato è quel processo il cui fine è di individuare un insieme di prodotti/servizi e loro fornitori (attuali e potenziali) che siano effettivamente alternativi per la soddisfazione di un determinato bisogno economico, delimitandone al tempo stesso l'ambito geografico di riferimento. In tal senso, il mercato rilevante presenta sia una dimensione merceologica sia una dimensione geografica.

17. Secondo una giurisprudenza consolidata il mercato del prodotto/servizio rilevante comprende i prodotti o i servizi sostituibili o sufficientemente intercambiabili, in funzione non solo delle loro caratteristiche obiettive, dei loro prezzi e dell'uso cui sono destinati, ma anche in funzione delle condizioni di concorrenza e/o della struttura della domanda e dell'offerta sul mercato in questione. Pertanto l'Autorità, oltre a considerare i prodotti o servizi sufficientemente intercambiabili per caratteristiche obiettive, prezzi e destinazione, analizza le condizioni di sostituibilità prevalenti dal lato della domanda e dell'offerta applicando il test del monopolista ipotetico, *small but significant non transitory increase in price* (SSNIP test).

18. Una volta identificato il mercato del prodotto/servizio rilevante, l'Autorità procede alla definizione della dimensione geografica del mercato, ovvero dell'area in cui i soggetti interessati sono attivi dal lato dell'offerta e della domanda dei prodotti/servizi in questione, in cui le condizioni della concorrenza sono simili o sufficientemente omogenee e che può essere distinta dalle aree adiacenti, in cui le condizioni prevalenti della concorrenza sono sostanzialmente diverse. Il punto di partenza per la definizione dei limiti del mercato geografico è analogo a quello sopra descritto per la valutazione della sostituibilità dal lato della domanda e dell'offerta (SSNIP test), anche se – in alcuni casi – la diretta applicazione del test del monopolista ipotetico potrebbe condurre all'individuazione di mercati di ambito geografico molto ristretto, quali un singolo

---

[11] Cfr. Linee direttrici, capitolo 2, punti 33 – 69.

comune o l'area servita da una singola centrale. In tali casi è opportuno che a prevalere sia sempre il concetto di omogeneità delle condizioni competitive.

19. Sempre in tema di definizione geografica dei mercati, la Commissione, nella nota esplicativa della Raccomandazione, aggiunge che la presenza di investimenti in infrastrutture alternative in specifiche aree geografiche, in particolare quelle urbane, potrebbe – in linea di principio – suggerire la definizione di mercati sub-nazionali. Tuttavia, la Commissione chiarisce che la semplice presenza di soggetti operanti in aree geografiche di dimensione sub-nazionale non è condizione sufficiente per l'individuazione di mercati distinti geograficamente; sono infatti richiesti ulteriori elementi di evidenza circa la sostituibilità dal lato dell'offerta e della domanda e circa la differenziazione geografica dei prezzi; tale differenziazione, però, dovrebbe derivare da effettive differenze nella pressione competitiva e non semplicemente riflettere eventuali differenze geografiche nei costi di fornitura del servizio.

20. Ulteriori criteri di valutazione sono stati poi forniti dalla Commissione nella propria lettera di commento all'analisi del mercato 5/2007 di OFCOM.[12] Secondo quanto lì riportato, le ANR dovrebbero tenere in conto, fra gli altri, dei seguenti fattori:

- numero degli operatori presenti in ciascuna unità geografica di dimensione sub-nazionale;
- distribuzione delle quote di mercato nelle singole unità geografiche e loro evoluzione nel corso del tempo;
- sussistenza di pratiche di differenziazione geografica dei prezzi all'ingrosso o al dettaglio imputabili a differenze nelle condizioni concorrenziali locali o regionali;
- sussistenza di differenze nelle condizioni di offerta e domanda dei servizi (funzionalità e caratteristiche dei servizi, strategie di vendita) imputabili a differenze nelle condizioni concorrenziali locali o regionali;
- sussistenza di differenze locali o regionali nelle condizioni di ingresso.

2.2. I mercati dell'accesso al dettaglio e all'ingrosso nella definizione della Commissione

21. La presente analisi di mercato ha per oggetto i mercati dei servizi di accesso al dettaglio e all'ingrosso definiti dalla Commissione nella Raccomandazione:

i. il mercato dell'accesso al dettaglio alla rete telefonica pubblica in postazione fissa per clienti residenziali e non residenziali (Mercato 1);

[12] Caso UK/2007/0733: "Wholesale broadband access in the UK".

ii. il mercato dell'accesso all'ingrosso (fisico) alle infrastrutture di rete (ivi compreso l'accesso condiviso o pienamente disaggregato) in postazione fissa (Mercato 4);

iii. il mercato dell'accesso a banda larga all'ingrosso (il Mercato 5).

22. Il Mercato 1 accorpa i Mercati 1 e 2 della precedente Raccomandazione, definiti rispettivamente come "l'*accesso alla rete telefonica pubblica in postazione fissa per clienti residenziali*" (precedente Mercato 1) e "l'*accesso alla rete telefonica pubblica in postazione fissa per clienti non residenziali*" (precedente Mercato 2). Con riferimento alla fornitura dell'accesso al dettaglio, la Commissione ha ritenuto opportuno, in questo nuovo ciclo di analisi, eliminare la distinzione relativa alla tipologia di clientela, rilevando che nella maggior parte degli Stati membri non sussistono elementi di differenziazione nella vendita del servizio alle due classi di clienti.

23. Per quanto concerne il Mercato 4, rispetto alla precedente Raccomandazione, ove il mercato oggetto dell'analisi era definito come "*l'accesso disaggregato all'ingrosso (ivi compreso l'accesso condiviso) alle reti e sottoreti metalliche, ai fini della fornitura di servizi a larga banda e vocali*" (precedente Mercato 11), la Commissione ha preferito rendere la definizione più ampia, eliminando il riferimento alle reti e sottoreti metalliche ed introducendo un più generico richiamo alle infrastrutture di rete, al fine di prevedere, in un'ottica di analisi prospettica, le evoluzioni del mercato in tutti i paesi in cui le reti e le sottoreti metalliche sono oggetto di modifiche tecnologiche o di fenomeni di sostituzione.

24. Pertanto, la Raccomandazione descrive il Mercato 4 come la fornitura di servizi di accesso all'ingrosso (fisico) alla rete da parte dell'operatore proprietario di una rete locale ad altri operatori che non posseggono infrastruttura di accesso, allo scopo di consentire a questi ultimi di offrire servizi vocali e di trasmissione dati alla clientela finale.

25. Infine per ciò che riguarda il Mercato 5, la Commissione ha mantenuto inalterata la definizione di tale mercato rispetto alla precedente Raccomandazione, ove il mercato era indicato come Mercato 12 (precedente Mercato 12).

26. La Raccomandazione descrive il Mercato 5 come la fornitura dell'accesso all'ingrosso non fisico o virtuale alla rete in postazione fissa, compreso l'accesso *bitstream*, da parte dell'operatore che dispone di una rete locale (in proprietà o in affitto) ad altri operatori che vogliono offrire servizi a banda larga agli utenti finali.

27. I mercati oggetto della presente analisi (Mercati 1, 4 e 5) ed il mercato dell'accesso a banda larga al dettaglio sono tra loro strettamente legati da una relazione di tipo verticale in quanto presenti nella medesima catena del valore, così come di seguito illustrato (Figura 1):

i. il Mercato 4 è il mercato al quale si rivolgono gli operatori che intendono rifornirsi degli *inputs* necessari alla vendita dei servizi di accesso al dettaglio. I servizi di accesso all'ingrosso (fisico) alle infrastrutture di rete in postazione

fissa costituiscono, infatti, *inputs* sia dei servizi di accesso per la fornitura di servizi vocali ed i servizi ad essi correlati (Mercato 1) sia dei servizi di accesso dati a banda larga al dettaglio;

ii. il Mercato 5 costituisce un altro mercato al quale si possono rivolgere gli operatori al fine di rifornirsi degli *inputs* necessari alla vendita dei servizi di accesso a banda larga al dettaglio. Inoltre, se si considera la tecnologia *Voice over Internet Protocol* (VoIP), che consente di effettuare e/o ricevere chiamate attraverso il protocollo Internet, il servizio di accesso a banda larga all'ingrosso costituisce un *input* anche dei servizi di accesso per la fornitura di servizi vocali. In tal senso, anche il Mercato 5 può essere considerato come un mercato all'ingrosso del Mercato 1;

iii. il Mercato 4 fornisce *inputs* per la fornitura dei servizi sul Mercato 5, in quanto per la fornitura del servizio di accesso a banda larga all'ingrosso un operatore può acquistare i servizi di accesso all'ingrosso (fisico) alle infrastrutture di rete in postazione fissa (Mercato 4).

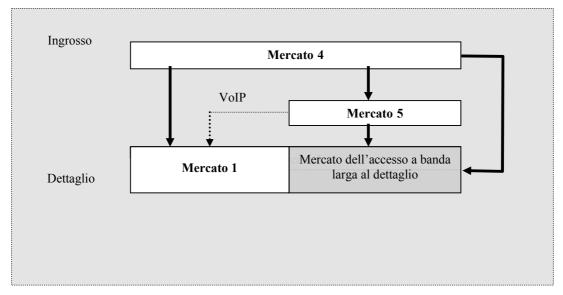



Figura 1 – Relazione verticale tra i mercati 1, 4 e 5 della Raccomandazione

28. In considerazione della suddetta relazione verticale esistente tra il Mercato 4 ed il Mercato 5, la Commissione raccomanda agli Stati membri di effettuare un'analisi congiunta di tali due mercati.

29. Si noti, infine, che il mercato dell'accesso a banda larga al dettaglio non è tra i mercati inclusi nella Raccomandazione. Ciò nonostante, essendo la domanda di servizi all'ingrosso una domanda derivata dalla domanda di servizi finali, l'analisi delle caratteristiche tecniche ed economiche dei servizi venduti nel mercato dell'accesso a banda larga al dettaglio è necessaria per definire ed analizzare i corrispondenti mercati

all'ingrosso (Mercato 4 e Mercato 5). In particolare, in linea con quanto indicato nella Raccomandazione, la definizione dei mercati al dettaglio costituisce il punto di partenza per la definizione e l'individuazione dei corrispondenti mercati all'ingrosso.

2.3. Descrizione tecnica dei servizi di accesso al dettaglio e all'ingrosso

Servizio di accesso al dettaglio alla rete telefonica pubblica in postazione fissa per clienti residenziali e non residenziali (Mercato 1)

30. In linea con quanto indicato nella Raccomandazione, nonché nella Delibera dell'Autorità n. 33/06/CONS, il servizio di accesso al dettaglio alla rete telefonica pubblica in postazione fissa può essere descritto come la fornitura di una connessione o di un accesso (in postazione fissa o indirizzo fisso) alla rete telefonica pubblica allo scopo di fare e/o ricevere chiamate telefoniche ed accedere ai servizi correlati.

31. La Raccomandazione richiama inoltre la definizione di rete telefonica pubblica presente nella Direttiva Servizio Universale e recepita dal Codice, descritta come una rete di comunicazione elettronica utilizzata per fornire servizi che consentono di fare e/o ricevere chiamate tramite uno o più numeri presenti nei piani di numerazione nazionale e/o internazionale. La Commissione evidenzia tuttavia che, allo stato attuale, è possibile per gli utenti finali fare e/o ricevere chiamate telefoniche ed i servizi correlati anche senza utilizzare la rete telefonica pubblica, ad esempio avvalendosi di altre soluzioni tecnologiche. Di conseguenza, l'Autorità analizza le differenti modalità di fornitura dell'accesso attualmente presenti sul mercato italiano, al fine di definire i confini merceologici del mercato rilevante.

32. In Italia, le tecnologie di accesso attualmente a disposizione della clientela per fare e/o ricevere chiamate telefoniche ed accedere ai servizi correlati sono le seguenti:

i. Accesso in rame, ovvero il collegamento elettrico su una coppia simmetrica in rame distesa tra la cosiddetta "borchia di utente" ed il primo nodo di centrale (corrispondente allo stadio di linea nel caso della rete telefonica pubblica italiana). Tale tipo di accesso, realizzato nella quasi totalità dei casi dall'operatore *incumbent*, è stato inizialmente concepito ed impiegato ai fini della sola connessione alla rete telefonica in commutazione di circuito, sia nella versione analogica che successivamente in quella digitale (rete di accesso ISDN – *Integrated Services Digital Network*). Allo stato attuale, la coppia simmetrica, o doppino telefonico, è utilizzabile anche per la connessione alle reti dati, tra cui principalmente la rete Internet, mediante le soluzioni xDSL asimmetriche e simmetriche, che sfruttano la porzione "alta" della banda disponibile, ovvero quella non utilizzata per la trasmissione della fonia.[13] Inoltre, conseguentemente

[13] Per un approfondimento sulle tecnologie xDSL si veda il Box 1.

alla diffusione della tecnologia di trasmissione della voce su protocollo IP (VoIP), tali tecnologie sono utilizzate per fornire servizi di fonia, costituendo quindi un'alternativa all'accesso PSTN. In altre parole la tecnologia VoIP consente all'utente finale di disporre sul medesimo supporto fisico di più canali di accesso.

ii. Accesso in fibra ottica, ovvero il collegamento elettro-ottico su cavo ottico disteso tra la sede di utente ed il primo punto di presenza dell'operatore. Tale tipo di accesso, fornito dall'operatore *incumbent* e dagli operatori alternativi di rete fissa prevalentemente alla clientela *business*, viene tipicamente realizzato per la connessione alla rete dati. In questi casi tale accesso viene anche utilizzato per la fornitura di servizi telefonici.

iii. Di grande rilevanza è inoltre la tendenza, riscontrabile in tutta Europa, alla realizzazione da parte degli operatori di soluzioni di accesso in fibra anche per i clienti residenziali, realizzando le cosiddette reti NGAN. Tali operatori, nel pianificare il rinnovamento della rete di accesso ed il passaggio ad una rete integrata voce/dati in tecnologia IP, si stanno orientando in gran parte verso modelli di infrastrutturazione in fibra ottica, spingendosi con tale tecnologia in punti più o meno vicini alla sede di utente.[14]

iv. *Wireless local loop* (WLL), ovvero il collegamento radio-elettrico tra la sede di utente ed il primo nodo di rete dell'operatore. Tale tipo di accesso, realizzato in genere da operatori alternativi presenti su mercati geograficamente limitati, viene utilizzato per la connessione alla rete telefonica (sia in tecnologia tradizionale che VoIP) e alla rete dati. Le tecnologie utilizzabili per la realizzazione di accessi di tipo WLL sono molto eterogenee e si sono succedute durante il corso degli anni (WiFi, HyperLAN e di recente WiMax). Le tecnologie WLL sono di particolare interesse per la soluzione del problema del *Digital Divide*.

33. In Italia, come si evince dalla Tabella 1 la tecnologia di accesso più diffusa è quella in rame; meno sviluppate sono invece la fibra ottica e le tecnologie WLL. Si noti, inoltre, che tutte e tre le tecnologie in esame hanno avuto ritmi di sviluppo uguali, tanto è vero che le percentuali di utilizzo di ciascuna di esse sono rimaste pressoché invariate negli anni.

---

[14] Per un approfondimento delle tematiche relative alle prospettive delle reti di nuova generazione si veda il documento di consultazione pubblica di cui alla Delibera 208/07/CONS.

Tabella 1 - Distribuzione del numero di accessi per servizi di fonia da postazione fissa per tecnologia

Anno	RAME	WLL	FIBRA
2004	98,61%	0,34%	1,05%
2007	98,02%	0,45%	1,53%

Servizi di accesso all'ingrosso (fisico) alle infrastrutture di rete (ivi compreso l'accesso condiviso e pienamente disaggregato) in postazione fissa (Mercato 4)

34. I servizi di accesso all'ingrosso di cui al Mercato 4 consistono nella fornitura dell'accesso all'ingrosso (fisico) alle infrastrutture di rete in postazione fissa (ivi compreso l'accesso condiviso o pienamente disaggregato) da parte dell'operatore proprietario di una rete locale ad altri operatori.

35. Nella precedente analisi di mercato (di cui alla delibera 4/06/CONS e successive) tali servizi hanno riguardato le reti e le sottoreti metalliche e comprendevano:

i. il "servizio di accesso completamente disaggregato alla rete locale" (c.d. *unbundling o ULL*), che consiste nella fornitura dell'accesso alla rete locale dell'operatore di accesso e consente l'uso dell'intero spettro delle frequenze disponibile. L'accesso avviene presso le centrali dell'operatore di accesso;

ii. il servizio di "accesso disaggregato alla sottorete locale" (c.d. *sub-loop unbundling*) che consiste nella fornitura dell'accesso alla sottorete locale dell'operatore di accesso e consente l'uso dell'intero spettro delle frequenze disponibile. L'accesso avviene presso l'armadio di distribuzione;

iii. il servizio di "accesso condiviso" (c.d. *shared access*) che riguarda la fornitura dell'accesso alla porzione superiore dello spettro disponibile sulla coppia elicoidale metallica della rete locale dell'operatore di accesso. La porzione inferiore dello spettro continua ad essere utilizzata per la fornitura di servizi di fonia vocale;

iv. il servizio di "*unbundling* dati" che consiste nella fornitura dell'accesso alla porzione superiore dello spettro disponibile sulla coppia elicoidale metallica della rete locale dell'operatore di accesso. In questo caso la porzione inferiore dello spettro non viene utilizzata per la fornitura al pubblico di servizi di fonia vocale;

v. il servizio di "*unbundling* virtuale" che consente ad un operatore - che non dispone di infrastrutture di accesso - la possibilità di offrire alla propria clientela servizi voce e dati mediante l'acquisizione della gestione commerciale del cliente finale, che continua a rimanere fisicamente attestato alla rete dell'operatore di accesso. Il servizio è fruibile in via temporanea in attesa che le risorse di co-locazione richieste dall'operatore siano consegnate ed il servizio di *unbundling* effettivo sia reso disponibile.

36. Come già sopra accennato, la Raccomandazione ha previsto la possibilità di fornire l'accesso fisico non solo sulle reti e sottoreti metalliche ma su qualsiasi tipologia di supporto fisico che viene utilizzato per fornire l'accesso alla clientela finale. Pertanto la presente analisi riguarderà tutte le forme di accesso disponibili sul mercato italiano anche in un'ottica di valutazione prospettica.

37. L'operatore che acquista i servizi di accesso condiviso e disaggregato necessita anche del servizio di co-locazione, al fine di disporre, presso le centrali dell'operatore proprietario della rete locale, di spazi utilizzabili per l'installazione di telai idonei ad alloggiare apparati e cavi.

38. Il servizio di co-locazione può essere realizzato nelle seguenti modalità:

i. "Co-locazione Fisica": la co-locazione fisica è una tipologia di colocazione che viene realizzata in sale dell'operatore di accesso opportunamente predisposte ed implica, di norma, la condivisione tra più operatori;

ii. "Co-locazione Virtuale": la co-locazione virtuale fornisce ad un operatore la possibilità di co-locarsi presso sale condivise con l'operatore di accesso;

iii. "*Co-mingling*" che prevede la possibilità per gli operatori di co-locare propri apparati in spazi riservati all'interno di sale condivise con Telecom Italia;

iv. "Co-locazione presso un sito posto nelle immediate vicinanze dell'armadio di distribuzione" dell'operatore di accesso finalizzata alla fornitura dei servizi di *subloop unbundling;*

v. "Co-locazione presso un sito posto nelle immediate vicinanze al sito dell'operatore di accesso finalizzata alla fornitura dei servizi di *full unbundling*.

Servizi di accesso a larga banda all'ingrosso (Mercato 5)

39. Il servizio di cui al Mercato 5 consiste nella fornitura del servizio all'ingrosso di accesso non fisico o virtuale (compreso il servizio *bitstream*) alla rete fissa, da parte dell'operatore che ha la disponibilità della rete di accesso fissa (in proprietà o in affitto) ad altri operatori o *Internet Service Providers,* al fine di consentire loro di offrire servizi a larga banda ai clienti finali residenziali e non residenziali.

40. Prima di descrivere i servizi di accesso a banda larga all'ingrosso si ritiene opportuno analizzare brevemente le caratteristiche del servizio di accesso a banda larga fornito agli utenti finali.

41. Tecnicamente la rete di accesso a banda larga può essere realizzata utilizzando diverse soluzioni descritte nel Box 1, quali ad esempio: il doppino in rame (tecnologie xDSL), la fibra ottica, il *cable modem*, la tecnologia satellitare, i circuiti diretti numerici, le tecnologie *wireless* fisse e quella delle *Power Line Communication* (PLC).

Box 1 – Tecnologie di accesso a banda larga

Le tecnologie xDSL consentono la trasmissione di traffico voce, dati e video ad alta velocità utilizzando il tradizionale doppino telefonico in rame come portante trasmissivo. In Italia, dove la lunghezza media del collegamento in rame è tra le più brevi al mondo, le soluzioni xDSL sono particolarmente diffuse. Le tecnologie xDSL si differenziano tra loro innanzitutto per il fatto di essere o meno tecnologie simmetriche, quindi per le prestazioni che sono in grado di offrire all'utente, in termini di velocità di connessione e di affidabilità del servizio. In particolare, le tecnologie xDSL attualmente sviluppate sono le seguenti: ADSL (*Asymmetric Digital Subscriber Line*); ADSL2 e ADSL 2+; HDSL (*High bit rate Digital Subscriber Line*); SDSL (*Symmetrical Digital Subscriber Line*); SHDSL (*Symmetrical High Bitrate Digital Subscriber Line*); VDSL (*Very-high-bit Rate Digital Subscriber Line*) e VDSL2.

La tecnologia su cavo coassiale consente la trasmissione di traffico voce, dati e video ad alta velocità sfruttando come portante trasmissivo le linee di accesso utilizzate per la televisione via cavo.

La fibra ottica consente di raggiungere velocità di connessione estremamente elevate. I cavi in fibra ottica possono raggiungere differenti punti all'interno della rete di accesso: se la fibra raggiunge la sede del singolo utente, si parla di *Fiber To The Home* (FTTH); se la fibra raggiunge l'edificio dell'utente si parla di *Fiber To The Building* (FTTB); infine, se il cablaggio arriva nelle vicinanze dell'edificio si parla di *Fiber To The Curb* (FTTC).

La tecnologia satellitare può essere utilizzata per la fornitura di connessioni a banda larga. Esistono due tipologie di banda larga via satellite: le connessioni monodirezionali e le connessioni bidirezionali. Le prime utilizzano il satellite solo per la ricezione dei dati dalla rete verso l'utente ed utilizzano la rete PSTN - attraverso una connessione *dial up* - come canale *upstream*, ovvero per inviare i dati verso la rete. Le connessioni di tipo bidirezionale, invece, utilizzano il satellite sia per la ricezione sia per la trasmissione dati.

I circuiti diretti numerici consentono di realizzare connessioni che forniscono agli utenti finali una capacità trasmissiva trasparente, garantita, permanente e dedicata. Il vantaggio derivante dall'utilizzo dei circuiti diretti numerici può essere individuato nel fatto che la banda nominale è sempre a disposizione dell'utente, in maniera simmetrica e non condivisa con altri utenti.

Le tecnologie *wireless fisse* utilizzano le frequenze radio per trasmettere agli utenti fonia e dati con connessioni a larga banda. Tali tecnologie rappresentano quindi delle alternative alla rete di accesso in rame o in fibra per offrire larga banda nell'ultimo miglio, con evidenti risparmi nei costi di installazione e di manutenzione della rete di accesso. In particolare la tecnologia WiMax si candida ad essere la soluzione più idonea alla realizzazione del WLL, grazie sopratutto all'impiego di porzioni dello spettro radio licenziate, che garantiscono livelli di interferenza radio molto ridotti.

Le *Powerline Communication* (PLC) rappresentano una delle tecnologie di trasmissione dati in banda larga da postazione fissa. Esse utilizzano, quale infrastruttura di accesso, la rete di distribuzione dell'energia elettrica, offrendo agli utenti la possibilità di trasmettere dati ed accedere ad Internet utilizzando una comune presa di corrente elettrica.

42. Per garantire ad un utente finale un accesso a banda larga da una postazione fissa è necessario quindi disporre di un canale di trasmissione in grado di trasferire dati in

entrambe le direzioni a velocità adeguate al servizio richiesto. Pertanto, gli operatori che offrono tali servizi agli utenti finali e non dispongono di una infrastruttura di accesso a banda larga devono acquistare all'ingrosso i canali di trasmissione, che collegano i propri punti di presenza con le postazioni degli utenti finali.

43. In linea teorica tali operatori potrebbero acquistare accessi a larga banda all'ingrosso basati su tutte le tecnologie di accesso descritte nel Box 1.

44. Si noti, tuttavia, che in Italia la tecnologia su cavo coassiale non è sviluppata e le *Powerline Communication*, dopo una fase sperimentale, non hanno avuto uno sviluppo commerciale. In particolare, come evidenziato in Tabella 2, le tecnologie utilizzate nelle reti di accesso per la fornitura di servizi a banda larga da postazione fissa sono quasi esclusivamente quelle xDSL.[15] Nel 2007, infatti, queste ultime rappresentano più del 95% del numero totale di accessi a banda larga.

Tabella 2 – Distribuzione del numero di accessi a banda larga per trasmissione dati postazione fissa per tecnologia

Anno	xDSL	FIBRA	WIRELESS	SATELLITE
2004	93,20%	3,88%	0,73%	2,20%
2007	95,97%	2,46%	0,69%	0,88%

45. Attualmente in Italia il servizio all'ingrosso di flusso numerico in tecnologia xDSL – servizio *bitstream* in tecnologia xDSL – rappresenta pressoché l'unica tipologia di accesso a banda larga venduta nel mercato all'ingrosso. Tale servizio è venduto dall'operatore Telecom Italia, sia su rete ATM sia su rete Ethernet, ed è regolamentato dalla delibera 34/06/CONS e successive delibere di implementazione.[16]

46. In particolare i servizi *bitstream* su rete ATM si configurano come servizi di trasporto dati a pacchetto ad alta velocità (ATM), basati sull'integrazione delle tecnologie trasmissive xDSL ed SDH lato cliente finale, con consegna all'operatore a livello ATM. Per i servizi *bitstream* su rete ATM sono previsti i seguenti livelli di interconnessione alla rete dell'operatore di accesso:

i. Interconnessione al DSLAM ATM;
ii. Interconnessione al Nodo *Parent* ATM;
iii. Interconnessione al Nodo *Distant* ATM;

---

[15] La maggiore diffusione delle tecnologie DSL rispetto alle altre dipende fondamentalmente dall'evoluzione del contesto di mercato italiano. Infatti, l'ubiquità e la qualità della rete di distribuzione in rame, nonché l'assenza di infrastrutture alternative ad essa, quali quelle della televisione via cavo, hanno facilmente decretato il successo delle tecnologie DSL rispetto alle altre.

[16] Si noti che il servizio *bitstream* può essere fornito anche su linea non attiva, o su linea sulla quale il servizio di accesso in fonia è stato cessato dall'utente finale in seguito all'attivazione del servizio *bitstream*. In tal caso il servizio viene definito *naked bitstream.*

iv. Interconnessione al Nodo Remoto a livello IP.

47. I servizi *bitstream* su rete Ethernet si configurano invece come servizi di trasporto dati su tecnologia Ethernet e si basano sull'integrazione delle tecnologie trasmissive asimmetriche (ADSL) lato cliente finale con la consegna a livello Ethernet all'operatore. Per i servizi *bitstream* su rete Ethernet sono previsti i seguenti livelli di interconnessione alla rete dell'operatore di accesso:

i. Interconnessione al DSLAM Ethernet;
ii. Interconnessione al Nodo *Parent*;
iii. Interconnessione al Nodo *Distant*;
iv. Interconnessione al Nodo Remoto a livello IP.

2.4. Soggetti attivi dal lato della domanda e dell'offerta

Servizi di accesso all'ingrosso (fisico) alle infrastrutture di rete (ivi compreso l'accesso condiviso e pienamente disaggregato) in postazione fissa (Mercato 4)

48. I soggetti attivi dal lato dell'offerta sono gli operatori che dispongono di un'infrastruttura di rete di accesso e che forniscono il servizio di accesso fisico ad altri operatori che intendono vendere, a loro volta, i servizi di accesso ai clienti finali.

49. I soggetti attivi dal lato della domanda sono gli operatori che, non disponendo di una propria infrastruttura di accesso, acquistano all'ingrosso il servizio di accesso fisico alla rete di un altro operatore e vendono il servizio di accesso nel mercato al dettaglio a clienti, residenziali e non residenziali, allo scopo di consentire a questi ultimi di effettuare e/o ricevere chiamate telefoniche e servizi correlati, nonché di accedere a servizi di trasmissione dati a banda larga. Inoltre, tali operatori possono acquistare i servizi di cui al Mercato 4 anche al fine di vendere, all'ingrosso, ad operatori terzi il servizio di accesso virtuale alla rete (Mercato 5), al fine di consentire a questi ultimi la vendita ai clienti finali di servizi a banda larga.

Servizi di accesso a larga banda all'ingrosso (Mercato 5)

50. I soggetti attivi dal lato dell'offerta di mercato sono gli operatori che dispongono di un'infrastruttura di rete di accesso, di proprietà o acquistata all'ingrosso da altri operatori (ad es. in *unbundling*), e che forniscono il servizio di accesso virtuale ad altri operatori che intendono vendere, a loro volta, i servizi di accesso ai clienti finali. Si noti, quindi, che i soggetti attivi dal lato dell'offerta nel Mercato 5 possono contribuire alla domanda del Mercato n. 4.

51. I soggetti attivi dal lato della domanda di mercato sono gli operatori che – non disponendo di infrastrutture proprie – acquistano all'ingrosso il servizio di accesso non fisico alla rete altrui per l'indisponibilità dei servizi di *unbundling* (o perchè non intendono sostenere gli investimenti necessari ad usufruire di tali servizi) e vendono nel

mercato al dettaglio a clienti residenziali e non residenziali il servizio di accesso a banda larga allo scopo di consentire a questi ultimi di accedere a servizi di trasmissione dati ad alta velocità. Inoltre mediante l'utilizzo della tecnologia VoIP gli operatori che acquistano il servizio di cui al Mercato 5 possono vendere nel mercato al dettaglio anche servizi di accesso per effettuare e ricevere chiamate telefoniche.

Servizio di accesso al dettaglio alla rete telefonica pubblica in postazione fissa per clienti residenziali e non residenziali (Mercato 1)

52. I soggetti attivi dal lato dell'offerta sono gli operatori che dispongono di una rete di accesso in postazione fissa, di proprietà o acquistata da altri operatori (con il servizio di accesso fisico o virtuale) e che forniscono ai clienti finali l'accesso ai servizi vocali ed ai servizi correlati. Si noti, quindi, che i soggetti attivi dal lato dell'offerta nel Mercato 1 possono contribuire alla domanda del Mercato n. 4 o del Mercato n. 5.

53. I soggetti attivi dal lato della domanda sono i clienti finali, residenziali e non residenziali, che effettuano e/o ricevono chiamate telefoniche e servizi correlati.

2.5. Definizione dei mercati al dettaglio

2.5.1. I mercati del prodotto/servizio al dettaglio

54. In linea con quanto indicato nella Raccomandazione al considerando n. 4, il punto di partenza per la definizione dei mercati rilevanti è la definizione dei mercati al dettaglio su un dato arco di tempo, tenuto conto della sostituibilità dal lato della domanda e dell'offerta. Una volta definiti i mercati al dettaglio, che riguardano la domanda e l'offerta per i clienti finali, è possibile definire i mercati all'ingrosso rilevanti, cioè i mercati che riguardano l'offerta di prodotti/servizi a operatori interessati a vendere i propri servizi ai clienti finali.

55. Pertanto il primo passo dell'analisi consiste nella definizione del mercato dell'accesso alla rete telefonica in postazione fissa per effettuare e/o ricevere chiamate vocali e servizi correlati (accesso al dettaglio per voce) e del mercato dell'accesso a banda larga al dettaglio per effettuare trasmissione di dati ad alta velocità (accesso al dettaglio per dati).

56. Si noti che il mercato dell'accesso a banda larga al dettaglio non è incluso nella lista dei mercati individuati dalla Raccomandazione come suscettibile di regolamentazione *ex ante*. Pertanto, di tale mercato saranno analizzati esclusivamente quegli elementi caratterizzanti il servizio offerto alla clientela finale che sono suscettibili di influenzare la definizione dei corrispondenti mercati all'ingrosso (Mercati 4 e 5).

Mercato dell'accesso al dettaglio alla rete telefonica pubblica in postazione fissa per clienti residenziali e non residenziali (Mercato 1)

57. Al fine di definire il mercato dell'accesso al dettaglio per fare e/o ricevere chiamate telefoniche e servizi correlati, nonché per definire i corrispondenti mercati all'ingrosso (Mercati 4 e 5), appare necessario effettuare l'analisi di sostituibilità tra i seguenti servizi:

a) servizi di accesso alla rete telefonica in postazione fissa e servizi di accesso alla rete mobile;
b) servizi di accesso analogico e servizi di accesso digitale;
c) servizi di accesso alla rete telefonica in postazione fissa su rete tradizionale (a banda stretta) e servizi di accesso su altre tecnologie di rete (a banda larga);
d) servizi di accesso alla rete telefonica in postazione fissa destinati alla clientela residenziale e servizi di accesso destinati alla clientela non residenziale.

a) Sostituibilità tra servizi di accesso alla rete telefonica in postazione fissa e servizi di accesso alla rete mobile per la fornitura di servizi di fonia

58. In linea con l'analisi già svolta per i mercati dell'accesso al dettaglio, di cui alla Delibera n. 33/06/CONS, (mercati n. 1 e 2 della precedente Raccomandazione) nonché con l'analisi del mercato dell'accesso e raccolta delle chiamate nelle reti telefoniche pubbliche mobili (mercato n. 15 della precedente Raccomandazione),[17] l'Autorità ritiene che, nel periodo di riferimento della presente analisi di mercato, i servizi di accesso alla rete mobile non rappresentino un valido sostituto dei servizi di accesso in postazione fissa. L'Autorità ritiene che tale conclusione continui ad essere valida nonostante comincino ad emergere alcuni elementi di evidenza circa la possibilità di una futura sostituzione fra i servizi.

59. In primo luogo, si osserva che la differenza cruciale tra i servizi mobili e quelli in postazione fissa è data dal fattore mobilità, che consente all'utente di telefonia cellulare di comunicare indipendentemente dalla propria ubicazione geografica. Il consumatore finale ricerca – nei servizi di telefonia mobile – principalmente la possibilità di effettuare e ricevere chiamate in qualsiasi momento e in qualsiasi luogo, anche quando non dispone di una linea di accesso in postazione fissa. Peraltro, i servizi di comunicazione mobile hanno natura personale, ossia consentono al cliente finale di essere chiamato direttamente sul proprio terminale. In tal senso, il consumatore finale difficilmente potrà considerare i servizi fissi come validi sostituti dei servizi mobili.

60. In secondo luogo, i servizi di comunicazione in mobilità differiscono da quelli in postazione fissa anche per altre caratteristiche qualitative. Gli standard qualitativi della telefonia mobile, infatti, risultano al momento generalmente inferiori a quelli garantiti

[17] Cfr. Delibera n 309/08/CONS.

dalla rete fissa. La rete mobile rispetto alla rete telefonica fissa presenta una maggiore probabilità di blocco della chiamata, di possibilità di assenza della copertura radio, nonché talvolta una differente qualità vocale percepita dall'utente. Pertanto, oltre al fattore della mobilità, anche le caratteristiche tecnico-qualitative rendono le due classi di servizi in esame, dal punto di vista della domanda, tra loro non sufficientemente sostituibili.

61. La presenza di mercati separati per i servizi di accesso alla rete telefonica in postazione fissa e per i servizi di accesso alla rete mobile è, inoltre, confermata dalle evidenze empiriche. L'evoluzione delle linee di rete mobile (misurate in termini di numero di SIM attive) e di rete fissa (misurate in termini di numero di accessi equivalenti), nonché l'andamento del traffico generato da rete mobile e rete fissa (misurato in termini di numero di minuti di traffico) mostrano – negli anni 2004-2007 – che il grado di utilizzo dei servizi di comunicazione mobile è cresciuto nell'ordine di grandezza delle decine di punti percentuali, a fronte di una riduzione dell'utilizzo dei servizi di comunicazione fissa nell'ordine delle unità (Figura 2).

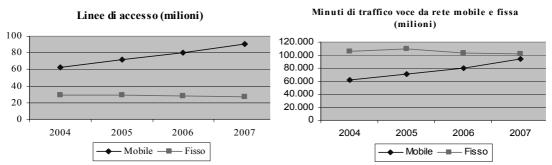



Figura 2 – Linee di accesso e traffico voce – rete mobile e fissa
Fonte: elaborazioni Autorità su dati forniti dalle imprese

62. Infine è utile osservare la ripartizione del traffico originato, da rete mobile e da rete fissa, per rete di destinazione (Figura 3). I dati mostrano che i consumatori finali tendono a utilizzare i servizi di telefonia mobile principalmente per effettuare chiamate di tipo mobile-mobile e servizi di telefonia fissa per effettuare principalmente chiamate di tipo fisso-fisso. Tale polarizzazione appare stabile nel tempo.

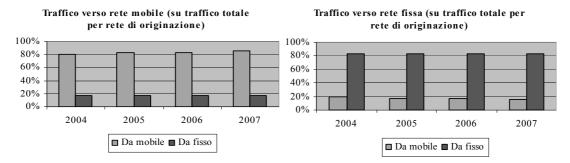



Figura 3 – Ripartizione del traffico originato da rete mobile e da rete fissa

63. Infine, l'Autorità richiama l'analisi svolta nella delibera 309/08/CONS per ciò che concerne l'andamento dei ricavi medi minutari (*average revenue per minute* o ARPM) registrati in Italia per le chiamate vocali (verso reti mobili e fisse, nazionali e internazionali) effettuate da rete mobile e da rete fissa. In tale analisi, si evidenzia che nel periodo 2004-2007, l'ARPM mobile e quello fisso mostrano entrambi un andamento decrescente, ma il primo presenta un tasso di riduzione superiore. Pertanto, considerando l'ARPM come una *proxy* dei prezzi al minuto – analogamente a quanto fatto da numerose autorità nazionali di regolamentazione del settore – tale andamento evidenzia una progressiva riduzione nel tempo dei differenziali di prezzo tra servizi vocali da rete mobile e quelli da rete fissa. L'Autorità evidenzia che, sebbene tale andamento potrebbe indurre ad individuare un inizio di sostituzione dei servizi di fonia da rete mobile con quelli da postazione fissa, nel 2007 la differenza tra ARPM mobile e l'ARPM fisso (voce+accesso) risulta ancora significativa.

64. Alla luce delle considerazioni sopra esposte, si può quindi affermare che, dal punto di vista della domanda, nel periodo di osservazione ed in continuità con l'analisi già svolta in precedenza, un incremento modesto, ma significativo e non temporaneo del prezzo dell'accesso di rete fissa, da parte di un ipotetico monopolista, difficilmente provocherebbe una sostituzione da parte della clientela dell'accesso fisso con quello mobile tale da rendere inefficace tale aumento.

65. Anche l'analisi di sostituibilità dal lato dell'offerta induce a definire due mercati distinti per i servizi di accesso da rete fissa ed i servizi di accesso da rete mobile. Infatti, gli *inputs* necessari per la fornitura delle due tipologie di servizi sono differenti e non è plausibile pensare che, in assenza di interventi regolamentari nei mercati all'ingrosso corrispondenti, a fronte di un incremento modesto ma significativo del prezzo dei servizi di accesso alla rete fissa un concorrente di rete mobile decida di entrare nel mercato dell'accesso della rete fissa in un arco di tempo ragionevole a causa degli elevati costi, tempi ed investimenti necessari alla realizzazione della rete fissa stessa.

66. A maggior riprova di quanto affermato si osserva che, al momento attuale, l'attenzione degli operatori sembra essere concentrata maggiormente sulla predisposizione di offerte di servizi integrati di tipo fisso-mobile – che prevedono per il

cliente finale l'utilizzo di funzionalità tipiche sia dell'accesso da rete fissa che dell'accesso da rete mobile – piuttosto che sul fenomeno della sostituibilità dell'offerta mobile con l'offerta di telefonia fissa.[18]

67. Alla luce dell'analisi svolta, l'Autorità ritiene che i servizi di accesso alla rete mobile per fare e/o ricevere chiamate telefoniche non rappresentino, nel periodo di riferimento della presente analisi di mercato, un valido sostituto dei servizi di accesso in postazione fissa per fare e/o ricevere chiamate telefoniche.

b) Sostituibilità tra servizi di accesso alla rete telefonica in postazione fissa di tipo analogico e servizi di accesso di tipo digitale

68. In continuità con quanto già stabilito nell'ambito della precedente analisi dei mercati dell'accesso al dettaglio (Delibera n. 33/06/CONS), l'Autorità ritiene facenti parte del medesimo mercato del prodotto sia i servizi di accesso analogico[19] sia i servizi di accesso digitale.[20]

69. L'Autorità ritiene, infatti, ancora valide le argomentazioni – di natura economica, di mercato e tecnologica - addotte nella precedente analisi di tali mercati al fine di dimostrare l'esistenza di un sufficiente grado di sostituibilità tra le due tipologie di servizi di accesso. In particolare, rimandando alla Delibera 33/06/CONS per un'analisi dettagliata, si richiama in tale sede l'esistenza di una sostituibilità di tipo asimmetrico dal lato della domanda di mercato e una completa sostituibilità dal lato dell'offerta.

c) Sostituibilità tra servizi di accesso alla rete telefonica in postazione fissa su rete tradizionale (a banda stretta) e servizi di accesso su altre tecnologie di rete (a banda larga) per la fornitura di servizi di fonia

70. Come già descritto al paragrafo 2.3 il servizio di accesso alla rete telefonica in postazione fissa per effettuare chiamate vocali può essere offerto sia attraverso un accesso a banda stretta (accesso tradizionale in rame) sia attraverso un accesso a banda larga (accesso in fibra ottica e accesso in rame con tecnologia xDSL). Infatti,

---

[18] Per quanto riguarda una descrizione delle caratteristiche tecniche e della regolamentazione vigente delle offerte di servizi integrati fisso–mobile, si vedano le delibere n. 415/07/CONS; 407/08/CONS, 667/08CONS, 339/08/CONS.

[19] Attraverso la linea analogica viene reso disponibile un singolo canale voce a 4 kHz per l'utilizzo di servizi di telefonia. Tale canale è utilizzabile alternativamente anche per l'accesso commutato a Internet (*dial-up*) con velocità fino a 56 kbit/s e per servizi di facsimile.

[20] Attraverso la linea digitale vengono resi disponibili più canali voce. L'interfaccia ISDN base (ISDN-BRI) permette di fruire contemporaneamente di due canali a 64kbit/s per l'accesso alla rete commutata e di un canale a 16 kbit/s per la segnalazione. Qualora i due canali vengano utilizzati contemporaneamente per collegamenti Internet, la velocità può risultare più che raddoppiata. Attraverso l'interfaccia ISDN Primaria (ISDN-PRA) vengono realizzati fino a 30 canali voce/dati a 64 Kbit/s e un canale di segnalazione a 64 kbit/s su una portante a 2 Mbit/s.

l'introduzione della tecnologia di trasmissione della voce su protocollo IP (VoIP) consente la fornitura di servizi telefonici su banda larga alla clientela finale.

71. Ai fini della definizione del mercato è quindi necessario valutare se le due tipologie di accesso (in banda stretta e in banda larga), sottostanti la fornitura del servizio di fonia, costituiscono un unico mercato ovvero appartengono a mercati separati. In tal senso, in coerenza con le Linee Guida, bisogna valutare se tali tipologie di accesso sono sufficientemente intercambiabili, in funzione non solo delle loro caratteristiche obiettive, dei loro prezzi e delle relative destinazioni d'uso, ma anche delle condizioni di sostituibilità prevalenti dal lato della domanda e dell'offerta.

72. In particolare, dal punto di vista della domanda, la sostituibilità tra le due tipologie di accesso – in banda stretta e in banda larga – è strettamente correlata al grado di sostituibilità esistente tra i servizi di fonia vocale offribili su PSTN (ossia tramite un accesso a banda stretta) e quelli offribili mediante tecnologia VoIP (ossia tramite un accesso a banda larga)

73. Al riguardo, l'Autorità individua diverse categorie di servizi VoIP offribili attraverso un accesso a banda larga:[21]

i. servizi VoIP che consentono di ricevere ed effettuare chiamate nazionali ed internazionali tramite una numerazione geografica del Piano Nazionale di Numerazione – PNN – (servizio VoIP in decade 0). In tale caso, il terminale di utente risulta disponibile per la ricezione delle chiamate senza richiedere il preventivo intervento da parte dell'utente.
ii. servizi VoIP nomadici che consentono di ricevere ed effettuare chiamate nazionali ed internazionali tramite numerazione non geografica del PNN (servizio VoIP in decade 5);
iii. servizi VoIP che consentono di ricevere ed effettuare chiamate nazionali ed internazionali utilizzando numerazioni del PNN differenti per le chiamate in entrata e per quelle in uscita, eventualmente ricorrendo a sistemi di indirizzamento alternativi alla numerazione del PNN.

74. Inoltre, i servizi VoIP possono essere distinti in servizi di tipo *"managed"* e di tipo *"unmanaged*". I servizi VoIP di tipo *managed* sono quei servizi VoIP offerti al cliente finale dal medesimo operatore che offre a quest'ultimo anche il servizio di accesso a banda larga alla rete fissa (sia su infrastruttura propria, sia mediante il ricorso al *bitstream* o all'ULL). Il servizio VoIP è invece di tipo *unmanaged* se è offerto da un operatore che non offre al cliente finale anche il servizio di accesso a banda larga. In tal caso, l'operatore che fornisce il servizio VoIP *unmanaged* non è in grado di gestire e controllare pienamente i parametri tecnici del servizio.

75. Si noti che solo i servizi VoIP in decade zero (di cui al punto a) e di tipo *managed* presentano caratteristiche funzionali analoghe ai servizi telefonici tradizionali offerti

---

[21] Cfr. Delibera n. 11/06/CIR (Allegato B).

sulla rete telefonica pubblica a commutazione di circuito (PSTN/ISDN). Tali servizi, infatti, garantiscono le medesime caratteristiche di qualità dei servizi di accesso alla rete telefonica pubblica tradizionale (basso ritardo di comunicazione, assenza di jitter, assenza di eco, limitata distorsione del segnale vocale) e consentono le seguenti prestazioni: l'accesso ai servizi di emergenza, l'identificazione della linea chiamante, la possibilità di ricevere le chiamate senza la necessità di una preliminare e periodica configurazione del sistema da parte dell'utente (ad esempio la connessione alla rete IP), la portabilità del numero. Inoltre, tali servizi sono offribili attraverso tutte le tipologie di accesso a banda larga – tecnologie xDSL, fibra ottica, WLL, ad eccezione della tecnologia satellitare. Quest'ultima, infatti, non si presta alla fornitura di servizi di fonia, in quanto presenta notevoli ritardi nella comunicazione, a causa dei tempi fisici di propagazione del segnale da e verso le orbite geostazionarie.

76. In tal senso, dal punto di vista delle caratteristiche tecnico-qualitative, l'accesso a banda larga che consente di fare/ricevere chiamate in tecnologia VoIP in decade zero e di tipo *managed* va incluso nel mercato rilevante dell'accesso al dettaglio oggetto di analisi.

77. Tale conclusione è confermata dall'analisi delle condizioni economiche praticate sul mercato per le due tipologie di servizi di accesso e dall'evoluzione registrata negli ultimi anni del numero di accessi VoIP. Infatti, come riportato in Tabella 3, i prezzi dei servizi di accesso a banda larga che consentono di fare/ricevere chiamate VoIP sono sostanzialmente paragonabili a quelli dei servizi di accesso a banda stretta contribuendo, di fatto, a far sì che l'accesso a banda larga per i clienti finali sia una concreta ulteriore possibilità per l'accesso al servizio di telefonia vocale. Inoltre, come evidenziato nella Tabella 4, negli ultimi anni si è registrato un significativo incremento del numero di linee sulle quali vengono forniti servizi di fonia in tecnologia VoIP.

Tabella 3 - Condizioni economiche dei servizi di fonia offerti su PSTN e con tecnologia VoIP – mese anno (Euro, iva inclusa)

Tipologia di chiamata	Operatore/Nome offerta	Tariffa minutaria (€/cent minuto)	
		PSTN	VoIP
Urbane	BT/Silver	1,6	1,7
	BT/Gold	1,25	1,3
	BT/Platinum	1,25	1,3
	Fastweb/Top Customer 3	0,99	0,99
	Fastweb/Top Customer Consip	0,66	0,66
	TI/ Alice Voce No Problem Plus *	0	0
Interurbane	Fastweb/Top Customer 3	1,9	1,9
	TI/Alice Voce No Problem Plus*	0	0
Internazionali vs EU occ., Canada e USA (rete fissa)	BT /Business voice**	6,8	6,8
	Fastweb Offerta top customer 3	4,99	4,99
	Telecom/Teleconomy one office	5,2	-
	Telecom/One office con Alice	-	1
Internazionali vs EU orientale (rete fissa)	BT /Business voice	13,6	13,6
	Fastweb Offerta top customer 3	25,82	25,82
	Telecom/Teleconomy one office	24,3	-
	Telecom/One office con Alice	-	20

* A fronte di un canone mensile di 12,95 € mese

**Ad esclusione delle chiamate verso Gran Bretagna, con tariffa pari a 5,4 euro cent al minuto

Tabella 4 – Evoluzione dei servizi di fonia offerti con tecnologia VoIP (anni 2004-2007)

Anno	n. linee broadband sulle quali sono forniti servizi VoIP	n. numerazioni VoIP
2004	491.866	687.638
2005	844.258	1.143.143
2006	1.512.017	2.035.978
2007	2.778.050	3.546.226

78. Alla luce delle suddette considerazioni, l'Autorità ritiene che per la fornitura dei servizi vocali i servizi di accesso a banda stretta e quelli a banda larga (ad esclusione dei servizi offerti con tecnologia satellitare), sono da considerarsi sostituibili e, pertanto, facenti parte del medesimo mercato rilevante. In particolare, rientrano nel mercato rilevante i servizi di accesso alla rete fissa forniti attraverso le seguenti tecnologie: rame, fibra ottica, wireless fisse (WLL).

c) Sostituibilità tra servizi di accesso alla rete telefonica in postazione fissa destinati alla clientela residenziale e servizi destinati alla clientela non residenziale

79. La Commissione europea elimina nella Raccomandazione la distinzione tra il mercato dei servizi di accesso rivolti alla clientela residenziale ed il mercato dei servizi di accesso destinati alla clientela non residenziale, in quanto evidenzia che nella maggior parte degli Stati membri gli operatori non adottano condizioni contrattuali differenti nella vendita dei servizi di accesso alle due tipologie di clientela. Inoltre la Commissione evidenzia che la maggior parte degli operatori, non classificando i servizi offerti sulla base della clientela servita (residenziale e non residenziale), non è in grado di fornire i propri dati di vendita distinti per le due classi di consumatori.

80. Tuttavia, in linea con quanto già affermato nell'analisi di mercato di cui alla Delibera 33/06/CONS, l'Autorità sottolinea che in Italia le offerte degli operatori sono indirizzate in modo specifico e distinto alla clientela residenziale[22] ed alla clientela non residenziale.[23]

81. Infatti, anche se da un punto di vista strettamente funzionale il servizio venduto può essere lo stesso per le due tipologie di clienti, le esigenze complessive in termini di qualità del servizio e assistenza differiscono sostanzialmente passando dalla clientela residenziale a quella non residenziale. Tali differenti esigenze fanno sì che gli operatori tendano ad organizzare la propria offerta in funzione delle due diverse tipologie di clientela, che sono servite con diverse politiche commerciali e di marketing, e quindi con condizioni contrattuali significativamente differenti. In particolare, i canali commerciali e di distribuzione che sottendono l'offerta per i clienti residenziali e non residenziali sono organizzati e gestiti in maniera differente. Ad esempio, la maggior parte degli operatori utilizza numerazioni differenti per i servizi di *Customer Care* rivolti alle due tipologie di clientela e garantisce per la clientela non residenziale prestazioni aggiuntive, quali: un livello superiore di *assurance,* un sistema di coordinamento del *provisioning*, un canale di vendita dedicato. Si noti, inoltre, che in Italia solo alcuni dei principali operatori (ad esempio Fastweb, Wind, Tiscali) propongono offerte ad entrambe le tipologie di clientela. Gli altri operatori sono specializzati nell'offrire i servizi esclusivamente o alla clientela non residenziale (Colt Telecom e BT Italia) o a quella residenziale (Tele 2). Tale scenario conferma l'esistenza di differenze nelle caratteristiche tecnico-commerciali dei servizi offerti alle due tipologie di clientela tali da non permettere ad un operatore specializzato nella vendita ad un sola categoria di clienti di offrire i propri servizi – in breve tempo e senza sostenere ingenti investimenti – anche all'altra categoria di clienti.

---

[22] In tali offerte, i clienti residenziali sono identificati come le persone fisiche residenti in abitazioni private che generalmente acquistano i servizi per finalità diverse da quelle imprenditoriali o professionali e che riportano il proprio codice fiscale sul contratto sottoscritto con l'operatore.

[23] I clienti non residenziali sono le persone giuridiche che acquistano i servizi per finalità di tipo imprenditoriale o professionale e che riportano sul contratto la partita IVA.

82. In conclusione, il diverso identificativo fiscale del cliente è un segnale esogeno a cui corrispondono caratteristiche commerciali, di marketing, di distribuzione e di assistenza distinte, e non uno strumento artificiale per discriminare tra tipologie di clientela che altrimenti apparterrebbero allo stesso mercato.

83. Pertanto, l'Autorità individua due differenti mercati rilevanti relativi ai servizi di accesso alla rete telefonica fissa per fare e ricevere chiamate vocali e servizi correlati: uno per i clienti residenziali e un altro per i clienti non residenziali.

Conclusioni sulla definizione del mercato del prodotto dell'accesso al dettaglio alla rete telefonica pubblica in postazione fissa per fare e ricevere chiamate vocali e servizi correlati

84. Sulla base delle considerazioni esposte nei precedenti paragrafi, l'Autorità individua i seguenti mercati rilevanti concernenti i servizi di accesso alla rete telefonica pubblica fissa per fare e ricevere chiamate vocali e servizi correlati:

- 1a. il mercato dell'offerta e della domanda dei servizi di accesso alla rete telefonica fissa per fare e ricevere chiamate e servizi correlati (anche in tecnologia VoIP in decade zero e di tipo *managed*), per clienti residenziali;
- 1b. il mercato dell'offerta e della domanda dei servizi di accesso alla rete telefonica fissa per fare e ricevere chiamate e servizi correlati (anche in tecnologia VoIP in decade zero e di tipo *managed*) per clienti non residenziali.

I suddetti mercati comprendono i servizi di accesso alla rete fissa forniti attraverso l'utilizzo del rame, della fibra ottica, e delle tecnologie wireless fisse (WLL).

Mercato dell'accesso a banda larga al dettaglio

85. L'Autorità ha ritenuto opportuno riesaminare quegli elementi di differenziazione del servizio di accesso a banda larga al dettaglio - già analizzati nel corso del primo ciclo di analisi dei mercati - al fine di verificare se nel corso di questi anni sono intervenuti sostanziali cambiamenti, dal lato dell'offerta e della domanda del mercato, che possono influenzare la definizione dei corrispondenti mercati all'ingrosso: mercato dell'accesso all'ingrosso (fisico) alle infrastrutture di rete in postazione fissa (Mercato 4) e il mercato dell'accesso a banda larga all'ingrosso (Mercato 5).

86. In particolare, l'Autorità ha verificato le condizioni di sostituibilità esistenti tra i seguenti servizi di accesso al dettaglio per la trasmissione dati:

a. i servizi di accesso per la trasmissione dati a banda larga da rete fissa ed i servizi di accesso per la trasmissione dati a banda larga da rete mobile;
b. i servizi di accesso per la trasmissione dati a banda larga ed i servizi di accesso per la trasmissione dati a banda stretta;

c. i servizi di accesso per la trasmissione dati a banda larga forniti attraverso le diverse tecnologie disponibili sul mercato e, in particolare, tra i servizi di accesso a banda larga di tipo simmetrico e quelli di tipo asimmetrico.

87. Si noti che le analisi di sostituibilità tra servizi di accesso da rete fissa e servizi di accesso da rete mobile, nonché tra servizi di accesso a banda stretta e a banda larga, sono già state svolte nei paragrafi precedenti (punti 58-66 e 70-78) con riferimento ai servizi di accesso forniti allo scopo di fare e/o ricevere chiamate telefoniche ed i servizi correlati. Nei paragrafi successivi tali analisi si riferiscono, invece, ai servizi di accesso che consentono la trasmissione di dati. Pertanto, al fine di evitare inutili ripetizioni, l'analisi si focalizza sugli aspetti peculiari relativi all'accesso dati e si rimanda all'analisi svolta nei paragrafi precedenti per le considerazioni di carattere generale.

a) Sostituibilità tra servizi di accesso per la trasmissione dati a banda larga da rete fissa ed i servizi di accesso per la trasmissione dati a banda larga da rete mobile

88. In continuità con i risultati raggiunti nell'analisi di mercato di cui alla delibera 34/06/CONS, ed analogamente a quanto riscontrato per l'accesso relativo alle chiamate vocali e servizi correlati, l'Autorità ritiene che i servizi di accesso a banda larga da rete fissa e quelli da rete mobile costituiscano due mercati separati anche con riferimento ai servizi di trasmissione dati.

89. Nonostante il notevole sviluppo registrato negli ultimi anni dalle tecnologie mobili di terza generazione ed, in particolare, dai relativi standard evolutivi, conosciuti come HSPA (*High Speed Wireless Access*), in Italia la percentuale di utenti di servizi di telefonia mobile di terza generazione che fa uso delle possibilità di connettività ad Internet in banda larga da rete mobile è ancora piuttosto ridotta. In particolare si noti che nel terzo trimestre 2008 il numero di schede SIM che hanno effettuato traffico dati IP (Mail, Internet, Accesso Remoto) è pari a circa 7 milioni, equivalente a circa il 7% del totale delle SIM attive.[24]

90. Le due tipologie di accesso ad Internet a banda larga - da rete fissa e da rete mobile – presentano infatti ancora significative differenze funzionali e di prezzo che non le rendono sostitutive dal lato della domanda di mercato. In particolare, un accesso da rete mobile garantisce una minore stabilità della connessione rispetto a quanto garantito da un accesso a banda larga da una postazione fissa. Benché la tecnologia mobile di ultima generazione abbia aumentato la massima velocità trasmissiva fino a valori dell'ordine dei 10 Mb/s, essendo la banda radio una risorsa condivisa e limitata, il *throughput* medio per utente può essere notevolmente inferiore in funzione del numero di utenti che sono connessi contemporaneamente nella stessa cella. Tale limitazione non è presente, invece, nell'accesso da rete fissa ove la banda di frequenza del doppino o della fibra ottica è dedicata al singolo utente.

[24] Fonte: dati AGCOM.

91. Inoltre, come è possibile osservare dai dati riportati nelle Tabelle 5, le connessioni a banda larga tramite rete mobile sono ancora offerte a prezzi significativamente superiori a quelli praticati per le connessioni a banda larga da rete fissa. Infine si consideri che le reti di ultima generazione coprono ancora una parte limitata del Paese. In particolare, la copertura della rete EDGE è di gran lunga superiore a quella UMTS, che a sua volta copre un'area più vasta di quella servita dalla rete HSPA, presente solo nei principali centri urbani.

Tabelle 5 - Prezzi di un accesso a larga banda da rete fissa rispetto a quelli di un accesso a banda larga da rete mobile (Euro – iva inclusa)

Tabella 5 a - Principali offerte Internet da postazione fissa

Operatore	Offerte	Prezzo mese (€)	Velocità (Mbit/s)
Telecom	Alice 7 mega	19,95	7
	Alice 20 mega	24,95	20
Fastweb	Naviga Casa*	39,90	10-20
Tiscali	Adsl 8 mega	19,95	8
	Adsl 20 mega	24,95	20
Wind Infostrada	Adsl FLAT mega	19,95	7
	Adsl 20 mega	24,95	20
Tele2	Adsl Flat 7 mega	19,90	7

* Tariffa comprensiva dei servizi di accesso

Tabella 5 b - Principali offerte Internet da postazione mobile

Operatore	Nome	Prezzo €	Validità	Velocità	Bitcap
Tim	Maxi Alice Week	2	settimanale	3,6 – 7,2 Mbit/s	100 MB settimana
	Smartphone start	25 - 40	mensile		1GB mese
Vodafone	Mobile Internet Data Pack**	3	settimanale		
	Mobile Internet Data Pack***	10	settimanale		
Wind	Mega no limit	20	mensile		2,5GB mese
	Mega 15000	30	mensile		5 GB/mese
H3G	Naviga 3	3	settimanale		100 MB giorno
	Naviga 3	9	mensile		50 MB giorno

** Da telefono mobile con scheda ricaricabile
*** Da telefono mobile con abbonamento

92. Alla luce di tali considerazioni, nell'eventualità di un incremento del prezzo relativo dei servizi di accesso a banda larga da rete fissa difficilmente si assisterebbe ad una migrazione tale della domanda di mercato verso i servizi di accesso a banda larga da rete mobile da rendere l'incremento del prezzo non profittevole. Pertanto, dal punto di

vista della domanda di mercato, le due tipologie di accesso non risultano sostituibili. Esse rispondono, invece, a differenti condizioni di utilizzo in quanto il riscorso a connessioni a banda larga da rete mobile risulta ancora circoscritto alle situazioni di mobilità, ovvero quando il cliente non è in casa o in ufficio e, quindi, non ha a disposizione una postazione di accesso alla rete fissa.

93. Anche l'analisi di sostituibilità dal lato dell'offerta induce a definire il mercato dell'accesso a banda larga da postazione fissa come un mercato distinto da quello dell'accesso a banda larga da rete mobile. Le argomentazioni sono le medesime di quelle riportate - al punto 65 - con riferimento alla corrispondente analisi di sostituibilità svolta per i servizi di accesso forniti per le chiamate vocali e servizi correlati (Mercato 1).

b) Sostituibilità tra servizi di accesso per la trasmissione dati a banda larga e servizi di accesso per la trasmissione dati a banda stretta

94. L'Autorità ritiene sostanzialmente invariate le conclusioni in merito alle relazioni di sostituibilità riscontrate nel corso della precedente analisi di mercato di cui alla delibera n. 34/06/CONS tra i servizi di accesso per la trasmissione dati a banda larga ed i servizi di accesso per la trasmissione dati a banda stretta.[25]

95. Con riferimento ai servizi di trasmissione dati, infatti, un accesso a banda larga differisce sostanzialmente da un accesso a banda stretta in termini di caratteristiche tecniche e di applicazioni che è in grado di offrire all'utente finale. Per un'analisi dettagliata delle condizioni di sostituibilità esistenti dal lato della domanda e dell'offerta si rimanda alla delibera 34/06/CONS. per altro verso, in questa sede si intende evidenziare che lo sviluppo delle versioni avanzate delle tecnologie DSL (ad esempio ADSL 2+) ha ulteriormente incrementato le differenze nelle prestazioni dei servizi dati forniti su banda larga rispetto a quelli offerti su banda stretta. In particolare, l'incremento della banda disponibile ha favorito la diffusione di nuovi servizi e applicazioni (ad esempio, i servizi di *streaming video*) che non possono essere fruiti attraverso un accesso a banda stretta.

96. In linea con quanto evidenziato dalla Commissione europea nella Raccomandazione, l'Autorità ritiene quindi che i servizi di accesso per la trasmissione dati a banda larga costituiscano un mercato separato dai servizi di accesso per la trasmissione dati a banda stretta.[26]

---

[25] Così come evidenziato dalla Commissione nella Raccomandazione, l'accesso a banda larga si distingue per il fatto di "consentire una capacità digitale in entrata per gli utenti finali superiore a 128 Kbit/s". Un accesso a banda stretta consente, invece, una velocità di connessione pari a 56 Kbit/s per le linee analogiche, 64 Kbit/s per il singolo canale B ISDN e 128 Kbit/s nel caso di utilizzo congiunto dei due canali B della linea ISDN.

[26] In tal senso, con riferimento ai servizi di accesso forniti per la trasmissione dati, si noti che l'Autorità giunge a conclusioni diverse rispetto a quelle raggiunte – nei punti 70-78 – in relazione ai servizi di

c) Sostituibilità tra servizi di accesso per la trasmissione dati a banda larga forniti attraverso le diverse tecnologie disponibili sul mercato e, in particolare, tra i servizi di accesso a banda larga di tipo simmetrico e quelli di tipo asimmetrico.

97. Nella precedente analisi di mercato (Delibera 34/06/CONS) l'Autorità ha individuato un unico mercato rilevante dei servizi di accesso a banda larga al dettaglio comprendente tutte le tecnologie disponibili sul mercato, sia di tipo asimmetrico sia di tipo simmetrico quali le tecnologie xDSL, in fibra ottica e satellitare, escludendo naturalmente i servizi compresi nell'ambito del mercato delle linee affittate al dettaglio.

98. Nella precedente analisi, infatti, l'Autorità aveva riscontrato che sebbene le tecnologie di tipo asimmetrico (ADSL e tecnologie satellitari monodirezionali) e quelle di tipo simmetrico (ad esempio, HDSL, SDSL, fibra ottica, tecnologia satellitare di tipo bidirezionale) consentissero diverse tipologie di applicazioni, le tecnologie simmetriche, soprattutto la fibra ottica, venivano acquistate anche da utenti con esigenze di trasmissioni di dati meno evolute, per un uso prevalentemente di tipo asimmetrico. Inoltre, anche il confronto delle condizioni economiche praticate dai principali operatori aveva dimostrato la presenza di numerose opzioni disponibili per ciascuna tipologia di accesso, in termini di livello di prezzo, ampiezza di banda offerta e tipologia di fatturazione (*flat* o *semi-flat*). In particolare, l'analisi aveva evidenziato la presenza di offerte ADSL di profilo molto elevato addirittura più costose rispetto ad un'offerta HDSL di profilo basso. Analogamente, si era rilevata l'esistenza di alcune offerte di accesso in fibra paragonabili, in termini di prezzo, ad offerte di tipo asimmetrico (ADSL e satellitari monodirezionali) ed altre paragonabili ad offerte di tipo simmetrico. Pertanto, l'insieme di tali considerazioni aveva portato all'individuazione di un unico mercato rilevante comprendente tutte le tecnologie di accesso, simmetriche e asimmetriche.[27]

99. Nella presente analisi, l'Autorità conferma solo in parte le conclusioni raggiunte nella delibera 34/06/CONS. In particolare, l'Autorità ritiene che continuino a persistere tutte le condizioni, sia di natura tecnica, sia di natura economica, descritte nella delibera 34/06/CONS e sopra richiamate, che portano a considerare sostituibili dal lato della domanda e dell'offerta le tecnologie di accesso asimmetriche e quelle simmetriche,[28] Si noti, ad esempio, che sul totale di accessi in fibra ottica venduti sul mercato, una percentuale significativa è attiva presso clienti di tipo residenziale, con esigenze di trasmissioni dati relativamente minori rispetto a quelle di una grande azienda. Inoltre, lo stesso operatore pratica le medesime condizioni economiche per le connessioni in fibra ottica, che offrono velocità fino a 10 Mbit/s, sia in ricezione che in trasmissione, e per le

accesso per la fornitura dei servizi vocali, dove lo sviluppo della tecnologia VOIP ha portato ad individuare un unico mercato rilevante comprendente sia i servizi di accesso forniti su rete tradizionale (a banda stretta) sia quelli offerti su altre tecnologie di rete (a banda larga).

[27] Cfr. delibera 34/06/CONS, allegato A, punti 99-103.

[28] Ad eccezione di quelle relative alla fornitura dei circuiti diretti numerici.

connessioni ADSL, che offrono una velocità fino a 20 Mbit/s in ricezione e fino a 1 Mbit/s in trasmissione.

100. Tuttavia, l'Autorità evidenzia che con lo sviluppo dei servizi VoIP, la domanda di servizi di accesso a banda larga è sempre più condizionata dalla possibilità di poter usufruire, attraverso tale tipo di accesso, anche di servizi di tipo vocale. In questo senso, le tecnologie di tipo satellitare non si dimostrano più sufficientemente sostituibili con le altre tecnologie di accesso a banda larga. Infatti, le tecnologie satellitari mal si prestano alla fornitura di servizi VoIP in quanto presentano un significativo ritardo nella trasmissione. Confrontando i dati di mercato riportati nella Tabella 2 negli ultimi anni si registra, infatti, una significativa riduzione del numero di accessi a banda larga di tipo satellitare. Sebbene abbiano sempre rappresentato una quota molto marginale del mercato, essi rappresentano attualmente meno dell'1% del numero totale degli accessi a banda larga.

Conclusioni sulla definizione del mercato del prodotto dell'accesso a banda larga al dettaglio

101. Alla luce di tali considerazioni, l'Autorità individua un unico mercato dei servizi di accesso a banda larga al dettaglio comprendente tutte le tecnologie di accesso disponibili sul mercato - sia di tipo asimmetrico sia di tipo simmetrico – ad esclusione delle tecnologie satellitari. Rientrano quindi nel mercato rilevante i servizi di accesso alla rete fissa forniti attraverso le seguenti tecnologie: rame, fibra ottica, wireless fisse (WLL).

2.5.2. I mercati geografici al dettaglio

102. Come già rilevato nelle analisi dei mercati dell'accesso del primo ciclo, nonché nel documento di consultazione pubblica "sugli aspetti regolamentari relativi all'assetto della rete di accesso fissa ed alle prospettive delle reti di nuova generazione a larga banda" (all. B delibera n. 208/07/CONS),[29] in Italia l'unico operatore in grado di offrire servizi di accesso sull'intero territorio nazionale mediante l'utilizzo di infrastrutture proprie è Telecom Italia. Nel corso del tempo però, pur se limitatamente alle aree in cui altri operatori hanno sostenuto gli investimenti necessari alla realizzazione di infrastrutture proprietarie o all'interconnessione con la rete locale dell'*incumbent*, si sono rese disponibili numerose offerte alternative di servizi di accesso che potrebbero dar luogo a differenze locali o regionali nella pressione competitiva.

103. Dal momento che le caratteristiche infrastrutturali appena delineate influenzano in maniera molto simile le dinamiche concorrenziali di ciascuno dei mercati dell'accesso oggetto della presente analisi, l'Autorità ritiene opportuno condurre dapprima un'analisi congiunta, allo scopo di individuarne gli elementi comuni, per poi rivolgersi

---

[29] Cfr. Allegato B delibera n. 208/07/CONS.

specificamente ad ogni singolo mercato (nell'ambito delle sezioni di questa analisi dedicate a ciascuno di essi), al fine di individuarne l'ambito geografico.

104. Sulla base di quanto rilevato anche dal Gruppo dei Regolatori Europei (ERG),[30] prima di procedere ad una analisi di tipo geografico delle condizioni competitive, è necessario individuare l'unità geografica minima rispetto alla quale sviluppare l'analisi. Tale unità potrebbe essere di tipo amministrativo (codice postale, comune, provincia) o di tipo tecnico (legata alla struttura di rete dell'*incumbent*). Le unità geografiche dovrebbero comunque essere scelte in maniera da essere mutuamente esclusive, meno estese dell'intero territorio del paese, e tali da permettere di attribuire i servizi venduti da ciascun operatore ad ogni singola unità.

105. L'Autorità ritiene che la scelta migliore in tal senso sia quella di individuare come unità geografica minima la centrale locale dell'operatore *incumbent*, ossia il punto ove si concentra la pressione competitiva degli operatori alternativi. Difatti:

i. la fornitura di servizi di accesso da parte degli operatori alternativi è basata in Italia principalmente sul ricorso alle offerte di servizi di *unbundling* sulla rete di Telecom Italia, ed in misura residuale su infrastrutture alternative, e risulta più immediato, quindi, "mappare" le reti (e quindi la fornitura di servizi di accesso) degli operatori concorrenti sulla rete dell'*incumbent*;
ii. anche in virtù di quanto sopra, la richiesta agli operatori delle informazioni necessarie a condurre un'analisi basata su unità di tipo amministrativo, sarebbe stata troppo onerosa e comunque non proporzionata allo scopo.

106. Per quanto riguarda invece la mappatura delle infrastrutture proprietarie degli operatori alternativi (in fibra ottica o di tipo wireless) sulla rete in rame dell'*incumbent*, essa può essere compiuta ricorrendo a criteri di prossimità geografica, associando ciascun nodo di aggregazione degli accessi della rete dell'operatore alternativo (assimilabile per dimensione e copertura ad una centrale locale) ad una corrispondente centrale locale dell'operatore *incumbent*.

107. Pertanto, una prima suddivisione concorrenziale del territorio, anche se dipendente dall'imposizione di obblighi regolamentari,[31] può essere operata individuando due aree:

i. Area 1: l'area coperta dalle centrali locali dell'*incumben*t ove non sono disponibili servizi di *unbundling*;
ii. Area 2: l'area coperta dalle centrali locali dell'*incumbent* ove sono disponibili servizi di *unbundling*. Questa è sostanzialmente la medesima area in cui sono presenti i nodi di aggregazione delle infrastrutture di accesso degli operatori

---

[30] Cfr."ERG Common Position on Geographic Aspects of Market Analysis (definition and remedies)", October 2008.

[31] E quindi, in base al *modified greenfiel approach*, utilizzabile – ai fini della segmentazione – esclusivamente per mercati differenti da quello dell'*unbundling*, ovvero il mercato da cui discende tale regolamentazione.

alternativi dal momento che è quella in cui si trovano le aree urbane a maggiore densità di popolazione residenziale e non residenziale.[32]

108. Nell' area 1, la pressione competitiva nei confronti dell'operatore *incumbent* è estremamente limitata in quanto l'unica maniera per un operatore alternativo che non disponga di infrastrutture di accesso proprietarie per fornire un servizio di accesso in fonia è quella di accedere all'offerta all'ingrosso di servizi di WLR o di *naked bitstream* dell'operatore *incumbent*. La disponibilità di tali servizi non era comunque in grado, a fine 2007, di modificare sensibilmente il contesto competitivo in quanto i servizi WLR non erano ancora disponibili (ma a fine giugno 2008 hanno raggiunto le 344.000 linee), ed i servizi *naked bitstream* erano ad uno stadio iniziale dello sviluppo in quanto superavano di poco le 296.000 linee a livello nazionale.[33] Discorso simile per quanto riguarda i servizi di accesso a banda larga al dettaglio: nell'area 1 gli operatori alternativi possono fornire tali servizi esclusivamente ricorrendo al servizio bitstream fornito da Telecom Italia (o ad infrastrutture proprie).

109. L'area 2 è l'area coperta dalle 1.287 centrali locali dell'*incumbent*, su di un totale di 10.400 (ovvero il 12,4%), in cui sono disponibili i servizi di *unbundling*. Tale area sottende il 55,97 % della popolazione telefonica totale.[34]

110. In Tabella 6 sono riportate le quote di mercato *retail* dell'*incumbent* in termini di linee (equivalenti) di accesso per servizi di fonia e di accesso a banda larga con riferimento sia all'intero territorio nazionale, sia all'area 2 dove sono presenti infrastrutture alternative.

Tabella 6 – Quote di mercato *retail* (volumi) – dicembre 2007

Servizio di accesso		**Operatore**	
		Telecom Italia	**Altri**
Accesso vocale (linee equivalenti)	Quota nazionale	83,21%	16,79%
	Quota Area 2	76,54%	23,46%
Accesso a banda larga	Quota nazionale	64,19%	35,81%
	Quota Area 2	59,71%	40,29%

---

[32] Fanno eccezione le zone (di estensione marginale) coperte mediante infrastrutture alternative (in tecnologie come, ad esempio il WLL) realizzate al fine di ridurre il *digital divide*.

[33] Di cui solo poco più della metà (56,77%) attive in centrali non aperte ai servizi di *unbundling*.

[34] Per quanto questi dati si riferiscano alla fine del 2007, è piuttosto improbabile che siano – da allora – intervenute variazioni significative nella popolazione coperta. Difatti, pur volendo considerare un aumento del numero delle centrali aperte ai servizi di *unbundling* del medesimo ordine degli anni precedenti, l'aumento in termini di copertura risulterebbe limitato dato che, con l'estensione del servizio, le centrali non ancora aperte ai servizi di *unbundling* presentano una dimensione media sempre più limitata.

111. Pur evidenziando che nell'area 2 le quote di mercato *retail* dell'*incumbent* risultano inferiori rispetto alle quote di mercato a livello nazionale, e quindi ancor di più rispetto alle quote dell'area 1, l'Autorità rileva che le differenze fra le aree in termini di quadro concorrenziale – anche in relazione al livello delle quote di mercato – non appaiono al momento tali da giustificare, una bi-partizione geografica di tali mercati o dei mercati ad essi verticalmente collegati. Ciò però non esclude che in prospettiva – sulla base di un eventuale aggiornamento di tali dati, tenendo in considerazione gli sviluppi del mercato degli accessi a larga banda legati all'ingresso di nuovi importanti operatori ed all'evoluzione verso la c.d. *ultrabroadband,* nonché di eventuali ulteriori indicatori – sia possibile individuare partizioni del territorio di dimensione inferiore che evidenzino discontinuità concorrenziali più marcate.

112. Intanto, sulla base di una più dettagliata analisi geografica, l'Autorità osserva che la contendibilità di un'area di dimensione sub-nazionale è correlata con il livello di infrastrutturazione degli operatori attivi in tale area e, in particolare, con il numero di operatori in grado di fornire servizi di accesso. In Tabella 7 è quindi rappresentata la distribuzione della popolazione telefonica sul numero degli operatori alternativi in grado di fornire servizi di accesso grazie ad infrastrutture proprie o servizi di *unbundling*. Dalla tabella emerge che le possibilità di scelta del fornitore di servizi di accesso per i consumatori italiani sono piuttosto limitate e circoscritte ad un ambito territoriale piuttosto ristretto: solo il 30% della popolazione telefonica ha la possibilità di scegliere fra più di tre operatori di accesso alternativi, il che riflette il ridotto numero di operatori in grado di offrire servizi di accesso sull'intero territorio nazionale.

Tabella 7 – Copertura operatori alternativi

Numero di operatori alternativi	**0**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6+**
% popolazione *unbundling*	0,09	9,56	16,59	19,69	20,21	18,50	15,36
% popolazione telefonica	44,08	5,35	9,28	11,02	11,31	10,35	8,60

113. Il numero di operatori alternativi in grado di coprire con una propria offerta di servizi di accesso l'intero territorio potrebbe riflettere la capacità degli operatori alternativi nel conseguire quel livello minimo di economie di scala e di densità tale da giustificare gli investimenti necessari ad accedere ad un particolare sito di *unbundling*. Dal momento che la possibilità di conseguire adeguate economie di scala e di densità è funzione del numero di linee attestate presso ciascuna centrale locale, l'Autorità ha misurato la distribuzione delle centrali locali dell'incumbent aperte ai servizi di *unbundling* in classi dimensionali espresse in termini di linee equivalenti di accesso.

114. Come è possibile osservare dalla Tabella 8, la maggior parte delle linee in *unbundling* è concentrata nelle centrali di dimensione superiore a 20.000 linee, ma una percentuale rilevante del totale delle linee in *unbundling* è anche distribuita nelle

centrali appartenenti alla classe dimensionale inferiore (5-10.000 linee),[35] per cui appare possibile concludere che vi siano i presupposti affinché un operatore sia in grado di conseguire le economie di densità necessarie ad accedere alla grande maggioranza dei siti di *unbundling*.[36]

Tabella 8 – Dimensione (in linee equivalenti) delle centrali ULL

Dimensione della centrale	20.000 e più	10.000 - 20.000	5.000 - 10.000	2.500 - 5.000	fino a 2.500
Numero centrali	132	453	535	143	24
% linee in *unbundling* attive	24,20	43,94	27,58	4,01	0,28

115. Una volta descritti i principali elementi strutturali che caratterizzano la distribuzione degli operatori sul territorio tramite infrastrutture proprie o in *unbundling*, è possibile procedere, per ciascuno dei mercati oggetto di questa analisi, ad una valutazione dell'omogeneità delle condizioni concorrenziali al fine di derivarne indicazioni circa la possibilità di individuare mercati di dimensione sub-nazionale. Tale valutazione necessariamente conterrà alcuni elementi che saranno considerati anche per l'analisi del significativo potere di mercato, anche se ai fini della definizione geografica dei mercati l'obiettivo non è quello di investigare il potere di mercato degli operatori, ma quello di valutare la presenza di differenze significative nelle condizioni concorrenziali.

Mercati dell'accesso al dettaglio alla rete telefonica pubblica fissa per clienti residenziali e non residenziali

116. La prima analisi che l'Autorità ritiene opportuno condurre ai fini dell'identificazione di eventuali discontinuità geografiche nelle condizioni concorrenziali è quella relativa alla distribuzione delle quote di mercato detenute dall'operatore *incumbent* nel mercato dell'accesso al dettaglio. I risultati di tale analisi, sono riportati in Tabella 9 dove, per ciascuna classe di quota di mercato detenuta da

[35] Probabilmente la presenza di operatori alternativi in centrali di dimensioni inferiori a 5000 linee, viste le ridotte dimensioni delle centrali, è da attribuirsi principalmente a ragioni di completezza dell'offerta.

[36] Si noti che l'universo di riferimento della Tabella 7 è differente da quello della Tabella 8. Per il computo della Tabella 7, infatti, sono state prese in considerazione anche le infrastrutture proprietarie degli operatori alternativi, per il computo della Tabella 8, invece, sono state considerate le sole infrastrutture di *unbundling*.

Telecom Italia, si riporta il numero di centrali locali, che come già chiarito in precedenza rappresentano l'unità geografica di dimensione minima, che rientra in tale classe e la popolazione telefonica da esse sottesa. La tabella evidenzia una certa variabilità delle condizioni concorrenziali dovuta alla presenza di zone, localizzate nelle aree a maggiore competizione infrastrutturale, dove la pressione concorrenziale è maggiore. Tuttavia, circa il 95% della popolazione telefonica risiede in aree dove l'*incumbent* detiene quote di mercato superiori al 70% e, ad esclusione di 11 aree – sulle 10.400 in cui il territorio italiano è stato suddiviso – in cui risiede solo lo 0,52% della popolazione telefonica, la quota di mercato dell'operatore *incumbent* risulta sempre superiore al 50 %.

Tabella 9 – Distribuzione delle quote di mercato detenute da Telecom Italia nel mercato *retail* dell'accesso in fonia

Distribuzione quote Telecom Italia (Q)	numero centrali	Popolazione coperta
Gruppo 1 (Q=100%)	9120	44,08%
Gruppo 2 (90 % < Q < 100%)	200	5,34%
Gruppo 3 (80 % < Q ≤ 90%)	458	18,28%
Gruppo 4 (70 % < Q ≤ 80%)	396	20,23%
Gruppo 5 (60 % < Q ≤ 70%)	181	9,98%
Gruppo 6 (50 % < Q ≤ 60%)	34	1,56%
Gruppo 7 (40 % < Q ≤ 50%)	4	0,18%
Gruppo 8 (Q ≤ 40%)	7	0,34%

117. La Tabella 10, in aggiunta, mostra che le conclusioni circa le quote di mercato riportate nel paragrafo precedente continuano ad essere valide anche nel momento in cui l'analisi viene svolta separatamente per il mercato residenziale (cd. Mercato 1a) e per il mercato non residenziale (cd. Mercato 1b). L'unica differenza fra i due mercati che si è in grado di evidenziare è una più marcata concentrazione del mercato non residenziale, in cui la distribuzione delle quote di mercato dell'*incumbent* risulta leggermente più spostata verso l'alto rispetto a quella del mercato residenziale.

Tabella 10 – Distribuzione delle quote di mercato detenute da Telecom Italia nel mercato *retail* dell'accesso in fonia, segmenti residenziale e non residenziale.

Distribuzione quote TI (Q)	**numero centrali (residenziale)**	**numero centrali (non residenziale)**
Gruppo 1 (Q=100%)	9123	9229
Gruppo 2 (90 % < Q < 100%)	96	535
Gruppo 3 (80 % < Q ≤ 90%)	392	423
Gruppo 4 (70 % < Q ≤ 80%)	457	177
Gruppo 5 (60 % < Q ≤ 70%)	238	19
Gruppo 6 (50 % < Q ≤ 60%)	83	2
Gruppo 7 (40 % < Q ≤ 50%)	9	2
Gruppo 8 (Q ≤ 40%)	2	13

118. Secondo le indicazioni della Commissione Europea e secondo quanto espresso dall'ERG nella *Common Position*, un elemento di particolare importanza per la valutazione della dimensione geografica dei mercati è l'esistenza di prezzi differenziati geograficamente. In particolare, la presenza di prezzi (dell'*incumbent* e degli operatori alternativi) uniformi sul territorio spinge verso l'identificazione di un mercato di dimensione nazionale.

119. Gli obblighi regolamentari attualmente in capo a Telecom Italia – in quanto operatore SMP – nei mercati dell'accesso in fonia le impediscono di applicare prezzi al dettaglio e all'ingrosso differenziati geograficamente, quindi l'uniformità dei prezzi applicata da Telecom Italia non può essere utilizzata quale indicatore di assenza di discontinuità territoriali nella pressione concorrenziale. Per contro, gli operatori alternativi hanno piena facoltà di differenziazione dei prezzi di accesso e sono quindi in grado di modulare tali prezzi in funzione della pressione competitiva, sia nelle zone in cui operano grazie all'offerta di servizi di *unbundling* di Telecom Italia, sia in quelle in cui dispongono di infrastrutture di accesso proprie. L'Autorità non ha però notizia di politiche di differenziazione dei prezzi su base geografica da parte degli operatori alternativi dipendenti da discontinuità nella pressione concorrenziale. Difatti, benché alcuni operatori applichino prezzi inferiori nelle aree in cui sono disponibili i servizi di *unbundling* rispetto alle aree in cui tali servizi non sono disponibili, tali differenze sono da imputarsi alle differenze nei costi sottostanti alla fornitura dei servizi *retail*, riconducibili ai differenziali di prezzo sussistenti fra i servizi di *unbundling, WLR* e *bitstream*.

120. Dal punto di vista delle condizioni tecniche, non appaiono sussistere differenze significative su base geografica nelle caratteristiche del servizio offerto.

121. Allo stadio di analisi che qui si rappresenta l'Autorità ritiene che non siano emersi – almeno allo stadio di analisi che qui si rappresenta – elementi tali da individuare aree del territorio nazionale in cui si registrino condizioni concorrenziali significativamente diverse da quelle prevalenti nel resto del territorio nazionale. L'Autorità pertanto ritiene

che i mercati dell'accesso alla rete telefonica pubblica residenziale e non residenziale debbano essere definiti su base geografica nazionale.

Mercato dell'accesso a banda larga al dettaglio

122. L'Autorità, pur avendo riscontrato alcune differenze nelle condizioni competitive in alcune aree del territorio nazionale, non ritiene necessario in questa sede procedere ad una analisi geografica del mercato dei servizi di accesso a banda larga al dettaglio, dal momento che per tale mercato è sufficiente una caratterizzazione merceologica svolta al solo fine di individuare il perimetro delle tecnologie che concorrono alla fornitura del servizio all'ingrosso.

2.5.3. Conclusioni sulle definizioni dei mercati rilevanti al dettaglio

123. L'Autorità individua i seguenti mercati rilevanti concernenti i servizi di accesso alla rete telefonica pubblica fissa per fare e ricevere chiamate vocali e servizi correlati:

- 1a. il mercato nazionale dell'offerta e della domanda dei servizi di accesso alla rete telefonica fissa per fare e ricevere chiamate e servizi correlati (anche in tecnologia VoIP in decade zero e di tipo *managed*), per clienti residenziali;
- 1b. il mercato nazionale dell'offerta e della domanda dei servizi di accesso alla rete telefonica fissa per fare e ricevere chiamate e servizi correlati (anche in tecnologia VoIP in decade zero e di tipo *managed*) per clienti non residenziali.

124. L'Autorità, nell'ambito dell'analisi che conduce alla individuazione del mercato all'ingrosso, considera che il corrispondente mercato al dettaglio, ossia il mercato nazionale dei servizi di accesso a banda larga al dettaglio, abbia dimensione nazionale. Tale mercato comprende tutte le tecnologie di accesso disponibili sul mercato – sia di tipo asimmetrico sia di tipo simmetrico – ad esclusione delle tecnologie satellitari.

125. Le tecnologie di accesso che consentono la fornitura dei servizi presenti nei suddetti mercati sono: rame, fibra ottica, tecnologie wireless fisse (WLL).

D1. Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito alla definizione dei mercati al dettaglio?

Le osservazioni degli operatori

D1.1. Tutti gli operatori che hanno partecipato alla consultazione pubblica condividono sostanzialmente le conclusioni raggiunte dall'Autorità circa l'analisi di sostituibilità tra i servizi di accesso alla rete telefonica in postazione fissa ed i servizi di accesso alla rete mobile e tra i servizi di accesso analogico ed i servizi di accesso digitale (ISDN). Telecom Italia (TI), tuttavia, dichiara di condividere solo parzialmente l'orientamento dell'Autorità circa la sostituibilità tra i servizi di accesso da rete fissa e

quelli da rete mobile. TI, infatti, ritiene che, pur non sussistendo una piena sostituibilità tra le due tipologie di accesso, i servizi di accesso alla rete mobile esercitino una rilevante pressione competitiva sui servizi di accesso alla rete telefonica fissa. Al riguardo, TI evidenzia che l'andamento del traffico vocale da postazione fissa e da postazione mobile indica l'esistenza di un progressivo fenomeno di sostituzione che necessariamente si riverbera sui rispettivi mercati dell'accesso.

D1.2. Tutti gli operatori, ad eccezione di TI, hanno dichiarato di condividere l'orientamento dell'Autorità di includere nel mercato dei servizi di accesso vocale alla rete fissa al dettaglio sia i servizi forniti su rete tradizionale (a banda stretta), sia i servizi forniti su altre tecnologie di rete (a banda larga).

D1.3. A questo proposito, gli operatori BT Italia, Fastweb, Tele 2, Tiscali, Vodafone e Wind accolgono positivamente l'orientamento dell'Autorità di includere nel mercato rilevante dei servizi di accesso vocale al dettaglio i servizi di accesso forniti su connessioni a banda larga tramite tecnologie *managed* VoIP in decade zero. I summenzionati operatori, come anche Welcome Italia e l'associazione AIIP, in separati documenti, evidenziano che, coerentemente con il principio di neutralità tecnologica, ciò che rileva ai fini della definizione del mercato rilevante è il servizio offerto, a prescindere dalla modalità di fornitura (a banda stretta e/o a banda larga). Inoltre, i medesimi soggetti sottolineano che questa soluzione è in sostanziale continuità sia con l'orientamento già espresso dall'Autorità nella delibera n. 11/06/CIR, sia con i commenti espressi dalla Commissione Europea al caso DE/2005/0306, circa il consolidamento in un'ottica *forward looking* della relazione di sostituibilità tra servizi di accesso VoIP e servizi tradizionali. In aggiunta, gli operatori e l'associazione AIIP manifestano la necessità di applicare anche ai servizi di accesso *managed* VoIP in decade zero le misure regolamentari *ex ante* di trasparenza e replicabilità tecnico-economica delle offerte, al fine di evitare pratiche di *leveraging* e *margin squeeze* da parte dell'*incumbent*.

D1.4. Telecom Italia, invece, non condivide l'orientamento dell'Autorità circa l'inclusione dei servizi di accesso VoIP forniti su connessioni *broadband* nel mercato dell'accesso alla rete pubblica fissa, in quanto contrario alle considerazioni svolte dalla Commissione Europea nella "*Explanatory Note*" alla Raccomandazione. TI sostiene che, anche nel contesto italiano, i servizi di accesso *broadband* e quelli *ultra-broadband* su fibra ottica sono caratterizzati da un rapporto di complementarità, piuttosto che di sostituibilità con gli accessi telefonici su rame. In particolare, TI ritiene che gli accessi *broadband*, specie in fibra ottica, sono utilizzati solo residualmente per accedere a servizi di *managed* VoIP ed aggiunge che questo scenario presumibilmente non si modificherà nell'orizzonte temporale della presente analisi di mercato. Al riguardo, TI evidenzia che gli accessi *broadband* su cui sono forniti servizi *managed* VoIP sono associati, nella maggioranza dei casi, ad accessi telefonici *narrowband* e che quelli che alla fine del 2007 non lo erano costituivano il solo 2,4% del totale degli "accessi voce" (3,6% a fine 2008). A supporto della tesi secondo cui non ricorrono, anche prospetticamente, le condizioni per variare la definizione del mercato del prodotto data

in esito al primo ciclo di analisi di mercato, TI richiama alcuni casi di notifica *ex* articolo 7 analizzati dalla Commissione evidenziando: *i*) che l'Autorità francese e quella spagnola hanno escluso l'accesso *broadband* dal Mercato 1; *ii*) che la Commissione stessa ha accettato l'inclusione dell'accesso a banda larga nel Mercato 1 da parte dell'Autorità olandese solo sulla base della previsione che entro il 2011 il 64% dei clienti utilizzerà esclusivamente accessi *broadband*; *iii*) che la Commissione non ha accettato l'inclusione dell'accesso *broadband* nel Mercato 1 operata dall'Autorità polacca osservando che i clienti normalmente non migrano verso servizi *broadband* solo per accedere a servizi di fonia.

D1.5. Tutti gli operatori condividono sostanzialmente l'orientamento dell'Autorità di individuare due mercati rilevanti dei servizi di accesso al dettaglio alla rete telefonica fissa, uno per i "clienti residenziali" (Mercato 1a) ed uno per i "clienti non residenziali" (Mercato 1b). Tuttavia, Telecom Italia, ritiene che, come nei mercati 3 e 5 (delibera n. 642/06/CONS), anche nel mercato dell'accesso non residenziale, sia opportuno individuare un segmento relativo ai clienti che superano una predeterminata soglia di spesa, al fine di operare una differenziazione degli obblighi, con particolare riferimento alle condizioni attuative dei *test* di prezzo e al divieto di accorpare in modo indebito i servizi nelle procedure di selezione del fornitore ad evidenza pubblica.

D1.6. Tutti gli operatori condividono sostanzialmente l'orientamento dell'Autorità di ricondurre all'intero territorio nazionale la dimensione geografica dei mercati dei servizi di accesso alla rete telefonica fissa per clienti residenziali (1a) e non residenziali (1b), sebbene alcuni di essi abbiano mosso alcune critiche alla metodologia di analisi.

D1.7. In particolare, AIIP, BT Italia, Fastweb, Tele 2, Tiscali, Vodafone e Wind – a differenza di Welcome Italia che condivide pienamente le considerazioni svolte dall'Autorità – pur concordando circa la dimensione nazionale dei mercati dell'accesso al dettaglio da postazione fissa per la presenza di condizioni concorrenziali uniformi su tutto il territorio, non condividono il procedimento logico seguito nell'analisi. AIIP, BT Italia, Fastweb, Tele 2, Tiscali, Vodafone e Wind sostengono che in primo luogo si sarebbe dovuto valutare l'omogeneità delle condizioni competitive su base nazionale, per poi, eventualmente, procedere ad un'analisi sub-nazionale. L'associazione AIIP, sulla base delle considerazioni appena riportate e dei principi di diritto *antitrust* elaborati dalla Corte di Giustizia e dal Tribunale di Primo Grado, considera improprio il richiamo dell'Autorità al lavoro del Gruppo dei Regolatori Europei (ERG) circa la segmentazione geografica. Inoltre, AIIP ritiene erroneo l'uso delle quote di mercato, indicatore tipico della valutazione del potere di mercato, nell'ambito della fase di individuazione del mercato rilevante. Infine, AIIP dichiara che il livello concorrenziale e le dinamiche di mercato nel nostro Paese non giustificano un rilassamento degli obblighi regolamentari e/o l'individuazione di mercati sub-nazionali, né tantomeno l'individuazione di obblighi sub-nazionali. Al riguardo, BT Italia, Fastweb, Tele 2, Tiscali, Vodafone e Wind pongono l'accento sull'elevata quota (83,21%) dell'operatore *incumbent* in un mercato, quello dei servizi di accesso vocale al dettaglio, in cui persistono forti limiti alla contendibilità; la quota dell'*incumbent*, aggiungono gli

operatori, è “di gran lunga” al di sopra del 75% anche nelle aree *unbundling*. Ed è proprio in queste aree, potenzialmente soggette a maggiore concorrenza, che i limiti alla contendibilità del mercato risultano, secondo gli operatori, ancora più evidenti. Ne discende che l’attuale offerta dei servizi di accesso disaggregato e di *bitstream* non garantisce ancora un’effettiva e piena concorrenzialità del mercato.

Le valutazioni dell’Autorità

D1.8. L’Autorità rileva un sostanziale accordo fra tutti i soggetti rispondenti alla consultazione pubblica circa l’inclusione sia dei servizi analogici, sia dei servizi digitali, nel medesimo mercato rilevante dei servizi di accesso alla rete fissa, e circa l’esclusione dallo stesso dei servizi di accesso alla rete mobile. L’Autorità, pertanto, conferma la propria posizione in merito. Inoltre, con riferimento alle osservazioni di Telecom Italia, circa la crescente pressione competitiva esercitata dai servizi di accesso alla rete mobile sui servizi di accesso alla rete fissa, l’Autorità riconosce che tale pressione è andata crescendo rispetto alle analisi del primo *round*, ma ritiene, in coerenza con la “*Explanatory Note*” alla Raccomandazione, che al momento essa non sia tale da rendere necessario o opportuno l’inserimento dei servizi di accesso alla rete mobile ed i servizi di accesso alla rete fissa nel medesimo mercato.

D1.9. In merito alle obiezioni sollevate da Telecom Italia all’inclusione nei mercati dei servizi di accesso alla rete telefonica fissa dei servizi di accesso a banda larga che consentono di effettuare servizi *managed* VOIP in decade zero, l’Autorità osserva quanto segue. In primo luogo, in linea con le posizioni espresse dagli operatori alternativi, l’Autorità ritiene che l’inclusione di tali servizi nel mercato rilevante del prodotto rispetti pienamente il principio di neutralità tecnologica. Come descritto al punto 75 del documento di consultazione, tali servizi garantiscono, infatti, le medesime caratteristiche di qualità e consentono le medesime prestazioni dei servizi di accesso alla rete telefonica pubblica tradizionale. Pertanto, il cliente finale può non essere nemmeno a conoscenza della tecnologia di accesso – a banda stretta o a banda larga – utilizzata dal proprio fornitore di servizi di comunicazione elettronica. Al riguardo, si evidenzia che l’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM), nel parere reso al presente provvedimento ai sensi dell’art. 12 del Codice, ritiene condivisibile la scelta di includere i servizi VOIP in decade zero e di tipo *managed* nell’ambito del mercato rilevante dell’accesso al dettaglio, in virtù del fatto che questi ultimi presentano caratteristiche tecniche e funzionali simili ai servizi telefonici tradizionali offerti su rete PSTN. L’AGCM segnala, tuttavia, l’opportunità di considerare le specificità tecniche ed economiche connesse alle offerte dei servizi VOIP ai fini della successiva definizione degli obblighi regolamentari.

D1.10. In secondo luogo, rispetto al rapporto di complementarità piuttosto che di sostituibilità intercorrente ad avviso di Telecom Italia tra le due tipologie di servizio, l’Autorità osserva che attualmente nel mercato vi sono alcuni operatori (tra cui due tra i maggiori operatori alternativi che totalizzavano a fine 2007 1.430.909 accessi) che

offrono servizi di accesso esclusivamente tramite VoIP – senza, quindi, la contemporanea fornitura di una connessione a banda stretta. L'Autorità ritiene che, conseguentemente, l'eliminazione di tali servizi escluderebbe dal mercato rilevante due dei principali concorrenti dell'*incumbent*, certamente in grado di esercitare una significativa pressione competitiva su quest'ultimo. Inoltre, si fa presente che sul mercato sono riscontrabili offerte di accesso a banda larga solo per servizi vocali su tecnologie VoIP.[37] Infine, in un'ottica prospettica, l'Autorità prevede una significativa migrazione dai servizi di accesso vocale tradizionale ai servizi di accesso vocale tramite tecnologie VoIP, anche sulla scorta delle previsioni della legge finanziaria 2008 e delle recenti dinamiche di mercato dei servizi VoIP. Alla luce delle considerazioni svolte, l'Autorità riterrebbe utile mantenere l'inclusione dei servizi di accesso a banda larga che consentono di effettuare servizi VoIP di tipo *managed* in decade zero all'interno dei mercati rilevanti dell'accesso al dettaglio per l'utenza residenziale (1a) e non residenziale (1b). Per altro verso, l'Autorità, nella definizione dei rimedi per i mercati dell'accesso al dettaglio, terrà nella massima considerazione quanto – a questo riguardo – è stato oggetto di interlocuzione con la Commissione europea.

D1.11. L'Autorità rileva che tutti gli operatori partecipanti alla consultazione pubblica hanno espresso un parere favorevole all'individuazione di due distinti mercati rilevanti dell'accesso al dettaglio per le due tipologie di clientela, residenziale e non residenziale. In relazione alla richiesta formulata da Telecom Italia di prevedere un'adeguata differenziazione degli obblighi di regolamentazione per il segmento dei clienti *business* che superano una certa soglia di spesa, l'Autorità rimanda tale questione al successivo procedimento relativo all'imposizione degli obblighi regolamentari nei mercati oggetto di analisi.

D1.12. Da ultimo, tutti gli operatori condividono sostanzialmente le conclusioni dell'Autorità circa la dimensione geografica nazionale dei mercati rilevanti dei servizi di accesso alla rete telefonica fissa per clienti residenziali (1a) e non residenziali (1b). Con riferimento alle obiezioni sollevate dagli operatori alternativi in merito alla metodologia di analisi utilizzata, l'Autorità ritiene di aver seguito le indicazioni fornite dall'ERG. L'Autorità, infatti, ha condotto un'analisi geografica a livello di dettaglio sub-nazionale in quanto ha riscontrato preliminarmente che nel corso del tempo si sono rese disponibili, limitatamente ad alcune aree del territorio italiano, numerose offerte alternative di servizi di accesso in grado, potenzialmente, di esercitare una significativa pressione competitiva nel proprio ambito geografico. Tuttavia, l'analisi ha evidenziato che non sono emersi ad oggi, e con riferimento all'intervallo di tempo rilevante per l'analisi di mercato, elementi tali da individuare aree del territorio nazionale, in cui si

---

[37] Si consideri l'offerta "Voce senza limiti" di Tiscali (che a fronte di un canone mensile offre il distacco da Telecom Italia e le telefonate urbane ed interurbane, senza scatto alla risposta) oppure l'offerta "ParlaCasa" di Fastweb (che a fronte di un canone mensile offre il distacco da Telecom Italia, le telefonate urbane e interurbane, e fino a 1000 minuti di chiamate verso alcune destinazioni di rete fissa internazionale).

registrino condizioni concorrenziali significativamente diverse da quelle prevalenti nel resto del territorio nazionale. L'Autorità non può escludere comunque che in futuro – nel periodo che coinvolgerà la prossima analisi di mercato – possano verificarsi le condizioni per individuare mercati dell'accesso al dettaglio sub-nazionali.

D1.13. In relazione al rilievo di AIIP circa l'uso delle quote di mercato nella fase di identificazione del mercato rilevante, l'Autorità è consapevole che l'ambito principale di utilizzo di tale indicatore è quello della valutazione del significativo potere di mercato, ma ritiene, coerentemente con il già richiamato documento ERG, che esso possa essere utilmente utilizzato anche in fase di individuazione dell'ambito geografico dei mercati, nella quale la distribuzione delle quote di mercato sulle unità geografiche scelte a base di indagine può fornire indicazioni circa le discontinuità geografiche nella pressione competitiva.

D1.14. Sulla base delle considerazioni riportate ai punti precedenti, l'Autorità ribadisce il proprio orientamento circa la definizione dei mercati al dettaglio.

2.6. Definizione del mercato all'ingrosso

2.6.1. I mercati del prodotto/servizio all'ingrosso

126. Gli operatori che intendono fornire i servizi al dettaglio di accesso alla rete fissa - sia per fare/ricevere chiamate vocali ed accedere ai servizi correlati sia per effettuare trasmissioni dati a banda larga - e che non dispongono di proprie infrastrutture di accesso possono acquistare all'ingrosso gli *inputs* necessari. Come già descritto al paragrafo 27, essi possono acquistare dagli operatori che dispongono della rete di accesso il servizio all'ingrosso di accesso fisico oppure il servizio all'ingrosso di accesso virtuale.[38]

127. La Commissione ritiene che le imprese non valutino il servizio all'ingrosso di accesso fisico ed il servizio all'ingrosso di accesso virtuale come sostituibili al fine di fornire i propri servizi alla clientela finale e, pertanto, individua nella Raccomandazione due distinti mercati rilevanti (Mercati n. 4 e n. 5). La Commissione ha ritenuto altresì di mantenere come mercati separati il mercato dell'accesso a banda larga all'ingrosso dal mercato dei servizi di linee affittate all'ingrosso.

128. Nei paragrafi successivi, l'Autorità intende valutare, in primo luogo, le condizioni di sostituibilità esistenti tra i due servizi all'ingrosso (accesso fisico e accesso virtuale) allo scopo di convalidare per il mercato italiano quanto detto dalla Commissione nella Raccomandazione. Successivamente, l'Autorità analizza – per ciascuno dei due servizi all'ingrosso – il grado di sostituibilità esistente tra il servizio fornito su rete in rame e gli

[38] Per una descrizione dettagliata dei servizi all'ingrosso di accesso fisico e di accesso virtuale alla rete fissa si veda il paragrafo 2.3.

analoghi servizi all'ingrosso forniti mediante l'utilizzo delle altre tecnologie oggetto di analisi: fibra ottica e WLL.[39]

Sostituibilità tra il servizio all'ingrosso di accesso (fisico) alle infrastrutture di rete in postazione fissa ed il servizio all'ingrosso di accesso a banda larga (virtuale)

129. In linea con quanto già sostenuto nelle delibere 34/06/CONS e 4/06/CONS, l'Autorità ritiene che i servizi all'ingrosso di accesso fisico e quelli di tipo virtuale siano significativamente diversi tra loro in termini di: copertura geografica, grado di controllo della capacità trasmissiva da parte dell'operatore acquirente del servizio, livello di investimento richiesto a quest'ultimo.

130. Per quanto riguarda la copertura geografica, nel contesto nazionale i servizi all'ingrosso di accesso fisico in postazione fissa sono offerti su un sottoinsieme delle aree coperte dall'accesso a larga banda all'ingrosso: infatti, mentre il servizio di accesso fisico è fornito in 1.287 centrali di Telecom Italia su un totale di 10.400 centrali (con una copertura di circa il 56% del totale della popolazione telefonica),[40] i servizi *bitstream* sono disponibili in tutte le zone dove Telecom Italia è in grado di fornire servizi al dettaglio xDSL; di conseguenza, l'unica porzione di popolazione non coperta da servizi *bitstream* coincide con la popolazione soggetta a "*digital divide* infrastrutturale", pari a circa 3,4 milioni di persone nel 2007.[41]

131. Per ciò che concerne il controllo della capacità trasmissiva, nel caso dell'accesso virtuale il controllo del collegamento è dell'operatore che dispone della rete di accesso e non dell'operatore acquirente del servizio all'ingrosso. Invece, nel caso dell'accesso fisico, tale controllo passa all'operatore acquirente del servizio all'ingrosso. Di conseguenza, l'accesso fisico in postazione fissa garantisce all'acquirente del servizio una maggiore discrezionalità nella qualificazione della linea acquistata e, quindi, maggiore autonomia nella predisposizione delle proprie offerte commerciali.

132. Infine, i due servizi di accesso all'ingrosso – fisico e virtuale – richiedono livelli di investimento in infrastrutture profondamente diversi per l'operatore acquirente. Infatti, l'accesso fisico all'ingrosso è solo uno degli *input* che, combinato con altri elementi di rete e con attività di gestione effettuate dall'operatore acquirente, consente la fornitura del servizio di accesso alla clientela finale. Il servizio di accesso virtuale richiede, invece, minori investimenti e limitate attività da parte dell'operatore acquirente per essere venduto alla clientela finale.

133. Alla luce delle differenze sopra esposte, le motivazioni che presiedono alla domanda dei due servizi sono difformi: nel caso dell'accesso fisico, gli operatori

---

[39] In continuità con l'analisi del mercato dei servizi a banda larga all'ingrosso del primo ciclo, l'Autorità non ritiene opportuno svolgere una specifica analisi di sostituibilità tra i servizi di accesso a banda larga all'ingrosso ed i servizi venduti sul mercato all'ingrosso dei segmenti terminali di rete in quanto costituiscono un mercato separato (individuato dalla raccomandazione – Mercato 6).

[40] Fonte: elaborazioni interne AGCOM, dati aggiornati a fine 2007.

[41] Fonte: Relazione annuale AGCOM.

ricercano un *input* infrastrutturale che consente loro di offrire servizi integrati voce-dati e di mantenere un rapporto più stretto con il cliente finale. Nel caso dell'accesso virtuale, gli operatori acquirenti domandano un prodotto che richiede minori *input* ed attività aggiuntive per la commercializzazione di servizi di accesso alla clientela finale e, di conseguenza, determina una maggiore dipendenza dall'operatore di accesso. Si consideri, inoltre, che l'accesso *bitstream* non è indicato per la fornitura di servizi al dettaglio di IPTV, per i quali – stando alle previsioni di numerosi analisti – si attende una crescita significativa nei prossimi anni.

134. In virtù di tali considerazioni, in caso di un aumento del 10%[42] dei prezzi dei servizi all'ingrosso di accesso virtuale, è improbabile che si assista ad una migrazione della domanda di tali servizi verso i servizi all'ingrosso di accesso fisico, tale da rendere l'incremento di prezzo non profittevole. Analogamente, un aumento del 10% dei prezzi dei servizi all'ingrosso di accesso fisico, difficilmente comporterebbe una migrazione sostanziale della domanda di tali servizi verso i servizi all'ingrosso di accesso virtuale.

135. Di conseguenza, l'Autorità ritiene che, dal punto di vista della domanda di mercato, i due servizi di accesso all'ingrosso costituiscano due distinti mercati rilevanti.

136. Con riferimento alla sostituibilità dal lato dell'offerta, l'analisi deve considerare la probabilità che imprese non attive nel mercato rilevante decidano di entrarvi in un arco di tempo ragionevole a seguito di un incremento del prezzo relativo (SSNIP test).

137. In particolare, l'Autorità deve valutare se un incremento modesto, ma significativo e non temporaneo, del prezzo del servizio all'ingrosso di accesso fisico possa indurre altri operatori a fornire il servizio. Al riguardo, l'Autorità ritiene che non sia economicamente conveniente per gli operatori che non dispongono della rete di accesso duplicare integralmente, ed entro tempi ragionevoli, l'infrastruttura di accesso in rame dell'operatore esistente. Infatti, la realizzazione di una rete fissa di accesso richiede, da un lato, tempi molto lunghi e, dall'altro, rilevanti investimenti, in gran parte non recuperabili (*sunk cost*) in caso di uscita dal mercato. Semmai, gli operatori meno infrastrutturati potrebbero essere interessati alla realizzazione di una nuova rete di accesso in fibra ottica che, grazie alla maggiore ampiezza di banda disponibile, consente lo sfruttamento di significative economie di gamma derivanti dall'offerta congiunta di servizi voce, dati e video.

138. Inoltre, si noti che l'operatore Telecom Italia è pressoché l'unica impresa che fornisce i servizi di accesso all'ingrosso fisico e virtuale alla rete fissa, in quanto, in assenza di obblighi regolamentari, un operatore alternativo proprietario della rete di accesso non rende disponibile la propria infrastruttura ad altri operatori che sono diretti concorrenti nel mercato al dettaglio. Pertanto, in questo caso, l'applicazione dello SSNIP test, volto a verificare se, nel caso di un aumento del prezzo relativo, un

---

[42] Salvo casi eccezionali, l'Autorità applica il test del monopolista ipotetico assumendo che la variazione del prezzo sia pari al 5-10% e il corrispondente periodo nel quale tale variazione si realizza sia pari 18 mesi (cioè, la periodicità che il Codice impone per le analisi di mercato).

operatore che fornisce il servizio all'ingrosso di accesso fisico può in breve tempo fornire i servizi all'ingrosso di accesso virtuale, e viceversa, non fornisce risultati significativi in quanto applicato ad un unico operatore.

139. Ciò che si intende evidenziare, tuttavia, è che l'operatore che dispone dell'accesso fisico (sia perché proprietario della rete di accesso sia perché acquista il servizio di accesso fisico all'ingrosso), in caso di un aumento modesto ma significativo e non transitorio del prezzo del servizio all'ingrosso di accesso virtuale, potrebbe - in tempi ragionevoli e senza incorrere in costi particolarmente rilevanti - fornire questo servizio (accesso virtuale) ad operatori terzi. Al contrario, un operatore che dispone dell'accesso virtuale, in caso di un aumento modesto ma significativo e non transitorio del prezzo di servizio di accesso fisico, non è in grado di fornire quest'ultimo in tempi brevi e senza sostenere ingenti investimenti.

140. Alla luce delle considerazioni esposte, in linea con quanto evidenziato nella Raccomandazione, si conclude che i due mercati dei servizi di accesso all'ingrosso – mercato dell'accesso fisico (mercato n. 4) e mercato dell'accesso virtuale (mercato n. 5) – sono distinti tra loro e, come più volte sostenuto nel corso dell'analisi, legati da una relazione di tipo verticale in quanto il Mercato n. 4 si colloca a monte del Mercato n. 5 ed entrambi sono mercati all'ingrosso del Mercato 1 e del mercato dell'accesso a banda larga al dettaglio per trasmissione dati.

Mercato dell'accesso a banda larga all'ingrosso (Mercato 5)

Sostituibilità tra i servizi all'ingrosso di accesso virtuale forniti mediante le tecnologie xDSL e quelli forniti mediante la fibra ottica ed il WLL

141. Nei paragrafi successivi, l'Autorità intende verificare le condizioni di sostituibilità esistenti tra il servizio all'ingrosso di accesso virtuale fornito mediante le tecnologie xDSL e quelli erogati mediante l'utilizzo della fibra ottica e della tecnologia WLL.

142. Si noti che nel mercato italiano, attualmente, è venduto quasi esclusivamente il servizio di accesso virtuale basato su tecnologia xDSL (servizio *bitstream* su tecnologie ATM ed Ethernet). Infatti, pur essendo presenti diverse offerte al dettaglio di accesso a banda larga in fibra ottica e WLL, tali accessi sono solo raramente venduti nel mercato all'ingrosso.[43] Come già evidenziato, in assenza di obblighi regolamentari, è piuttosto improbabile che un operatore renda disponibile la propria infrastruttura nel mercato all'ingrosso ad altri operatori che sono diretti concorrenti nei mercati al dettaglio. Tali operatori si limitano, quindi, a rifornire le proprie divisioni commerciali che, a loro volta, vendono i servizi di accesso al dettaglio.

[43] Dai dati forniti dagli operatori risulta che solo un operatore ha venduto un numero molto ridotto di accessi *bitstream* in fibra ottica, pari a circa 1.400 accessi nel 2007. Invece, nessun operatore ha venduto accessi *bitstream* in tecnologia WLL.

143. Pertanto, essendo l'accesso in rame pressoché l'unica tipologia di accesso venduta nel mercato all'ingrosso, è piuttosto improbabile che si presentino dei vincoli diretti (*direct constraints*) al comportamento dell'impresa fornitrice di tale servizio, ossia vincoli derivanti dalla migrazione della domanda all'ingrosso verso i servizi di accesso virtuale realizzati attraverso l'utilizzo della fibra o del WLL. In altre parole, un incremento modesto, ma significativo e non transitorio, del prezzo del servizio *bitstream* in rame difficilmente provocherebbe una migrazione della domanda verso l'acquisto di analoghi servizi di accesso forniti su altre tecnologie, né è ipotizzabile che un operatore acquirente del servizio possa decidere di auto-produrre in breve tempo il servizio stesso, a causa degli ingenti investimenti che dovrebbe sostenere.

144. Tuttavia, essendo la domanda di connettività all'ingrosso una domanda derivata dalla domanda di connettività presente nel mercato al dettaglio, i vincoli competitivi al comportamento dell'impresa fornitrice del servizio all'ingrosso (ossia vincoli ad eventuali incrementi del prezzo) potrebbero derivare, indirettamente, dalla sostituibilità esistente tra i servizi di accesso forniti mediante le diverse tecnologie nel mercato al dettaglio (*indirect constraints*). Infatti, un eventuale aumento di prezzo di circa il 10% dei servizi xDSL all'ingrosso si rifletterebbe in un incremento dei prezzi dei servizi xDSL al dettaglio di una percentuale di almeno il 5%, in quanto il costo della componente all'ingrosso in esame rappresenta una componente significativa del prezzo del servizio al dettaglio. Tale incremento del prezzo del servizio xDSL al dettaglio determina, con molta probabilità, per via della sostituibilità presente nel mercato al dettaglio, uno spostamento di una parte della domanda del mercato finale verso servizi di accesso a banda larga offerti attraverso la fibra ottica o il WLL.[44] L'Autorità valuta l'entità di tale spostamento della domanda al dettaglio verso servizi sostituibili sufficiente da rendere l'incremento del prezzo all'ingrosso non profittevole. Infatti, la migrazione della domanda finale verso servizi in fibra ottica e/o WLL comporta un aumento della capacità all'ingrosso in tali tecnologie (fornita sottoforma di autoproduzione o venduta sul mercato) ed una corrispondente diminuzione nella vendita all'ingrosso di connettività xDSL.

145. L'Autorità è consapevole che, in seguito ad un incremento del prezzo del servizio *bitstream* di tipo xDSL e, quindi, di un conseguente aumento del prezzo del corrispondente servizio al dettaglio offerto da operatori che, non essendo integrati verticalmente, acquistano il servizio *bitstream*, i consumatori potrebbero migrare anche verso l'acquisto dei servizi xDSL dell'impresa verticalmente integrata. Ciò

---

[44] Si noti che i servizi a banda larga in fibra ottica e con tecnologia WLL non sono disponibili in tutte le aree dove è presente la tecnologia xDSL. Pertanto, il vincolo – seppure indiretto – alle variazioni di prezzo della connettività xDSL esercitato dalle offerte in fibra ottica/WLL disponibili sul mercato al dettaglio potrebbe risultare più labile. Tuttavia, come anche evidenziato nella precedente analisi di cui alla Delibera n. 34/06/CONS, la presenza di politiche promozionali e commerciali omogenee a livello nazionale, sia dell'incumbent sia degli operatori alternativi, dimostra l'esistenza di un common pricing constraint a livello nazionale.

naturalmente si verifica qualora l'impresa integrata verticalmente, nonostante l'incremento del prezzo all'ingrosso, non aumenti il prezzo del corrispondente servizio al dettaglio. In tale caso, l'incremento del prezzo all'ingrosso dell'impresa verticalmente integrata si rivela profittevole, in quanto non genera i vincoli indiretti descritti nel paragrafo precedente. Al riguardo, l'Autorità evidenzia che l'unico operatore (Telecom Italia) integrato verticalmente che offre il servizio *bitstream* su xDSL è sottoposto ad una specifica regolamentazione volta a garantire la replicabilità delle sue offerte commerciali, in quanto notificato come operatore con significativo potere di mercato nella precedente analisi (delibera 34/06/CONS), tuttora in vigore. In particolare, ai sensi dell'articolo 23 comma 4 della Delibera 249/07/CONS, tutte le offerte al dettaglio di Telecom Italia di servizi offerti mediante la propria rete di accesso a banda larga in tecnologia ATM o Ethernet/IP devono essere replicabili mediante l'uso dei servizi *bitstream* disponibili nell'offerta di riferimento.

146. In virtù di tali considerazioni, l'Autorità individua un unico mercato rilevante dei servizi di accesso (virtuale) ai dati a banda larga all'ingrosso comprendente le tecnologie su rame (xDSL), la fibra ottica ed il WLL sia che siano venduti ad altri operatori (ovvero nel mercato all'ingrosso) sia che siano forniti come "autoproduzione" (ovvero alle rispettive divisioni commerciali).

Mercato dell'accesso all'ingrosso fisico alle infrastrutture di rete in postazione fissa (Mercato 4)

147. Nei paragrafi successivi, l'Autorità verifica, in primo luogo, se il servizio all'ingrosso di accesso fisico alle infrastrutture di rete in postazione fissa fornito su rete in rame e quello fornito mediante l'utilizzo di altre tecnologie (fibra ottica e WLL) costituiscono un unico mercato rilevante. Successivamente, l'Autorità valuta la possibilità di segmentare il mercato del servizio all'ingrosso dell'accesso fisico sulla base delle diverse soluzioni tecniche di accesso disaggregato: *full unbundling*, *sub-loop unbundling* e *shared access.*[45]

Tecnologie di accesso che concorrono alla definizione del mercato rilevante del servizio all'ingrosso di accesso fisico

148. Nella precedente analisi di mercato, di cui alla delibera 4/06/CONS, l'Autorità non ha incluso nel mercato rilevante i servizi di accesso disaggregato forniti con tecnologie diverse dal rame. L'analisi aveva infatti riscontrato l'assenza di sostituibilità tra le due tipologie di accesso all'ingrosso sia dal lato della domanda, in ragione delle

[45] Nell'analisi di sostituibilità non si considerano esplicitamente i servizi di *unbundling* dati e di *unbundling* virtuale, descritti nel paragrafo 2.2., in quanto il primo è tecnicamente identico al servizio di *full unbundling* ed il secondo è una soluzione transitoria offerta agli operatori nelle more della predisposizione dei siti di co-locazione.

significative differenze esistenti tra i due servizi in termini di funzioni d'uso e di prezzi, sia dal lato dell'offerta di mercato.[46]

149. Tuttavia, come già ampiamente richiamato,[47] la Commissione ha riscontrato che, rispetto alla precedente Raccomandazione, a livello europeo si stanno verificando significativi progressi in relazione alla realizzazione delle reti di accesso di nuova generazione. In particolare, nella maggior parte degli Stati membri, gli operatori hanno già iniziato, o sono in procinto di iniziare, i lavori di installazione di reti di accesso in fibra ottica al fine sia di aumentare la capacità e la velocità dell'accesso per i clienti finali sia di ridurre i costi operativi di gestione della rete. Pertanto, la Commissione ha ritenuto necessario includere nel mercato rilevante altre tecnologie oltre a quelle in rame (cfr. *Explanatory note* della Raccomandazione, pag. 32).

150. Con riferimento all'Italia, così come sta accadendo negli altri Paesi, la migrazione delle rete esistente in rame verso le NGN sta avvenendo in modo graduale procedendo dalla rete di trasporto a lunga distanza alla rete di accesso.[48] Finora, gli investimenti in reti di nuova generazione hanno essenzialmente riguardato la sostituzione, nella parte di rete di trasporto, delle tradizionali reti telefoniche e dati con un'unica rete NGN (NGN *core*) basata sul protocollo IP, in grado di supportare tutti i tipi di servizi.[49] Relativamente alla rete di accesso dell'*incumbent*, l'Autorità ritiene che gli investimenti connessi alla migrazione verso una rete di nuova generazione, pur essendo al momento per lo più in fase di pianificazione o in alcune aree nella fase iniziale,[50] avranno un impatto significativo sul mercato già nel corso del periodo di riferimento della presente analisi. Oltre ad esempi di migrazione delle reti esistenti verso reti NGN, vanno citati anche i casi di realizzazione, da parte di operatori concorrenti dell'*incumbent*, di reti direttamente basate sulle tecnologie a commutazione di pacchetto con protocollo IP. Un

---

[46] Cfr. Delibera n. 4/06/CONS, allegato A, paragrafo 2.1.2.

[47] Si veda il paragrafo 2.2.

[48] La migrazione verso reti di nuova generazione, nel suo complesso, tende a trasferire il trasporto di tutti i servizi, per molti anni offerti su piattaforme distinte, su di un'unica piattaforma basata sul protocollo IP (struttura "All-IP"). Ciò, da una parte, semplifica la gestione della rete, dall'altra, consente l'abbattimento dei costi associati alla gestione ed al mantenimento di reti distinte per ciascun servizio (fonia, dati, servizi video-audio).

[49] Gli investimenti necessari alla realizzazione di reti NGN nella rete di trasporto sono generalmente inferiori rispetto a quelli previsti per la rete di accesso. Per quanto riguarda la rete di trasporto a lunga distanza, la migrazione verso le reti NGN comporta la sostituzione della vecchia gerarchia della rete a commutazione di circuito (basata tipicamente su 2 o 3 livelli gerarchici di nodi), con un insieme di nodi IP e *gateway*, che instradano i pacchetti relativi a voce da fisso e da mobile, dati, TV etc., su una singola piattaforma. In particolare, la migrazione verso le NGN della *Core network*, riguardando la razionalizzazione e la sostituzione dei nodi di rete, non implica necessariamente il rinnovamento della rete fisica di trasporto, di norma quasi completamente realizzata in fibra ottica. In Italia, sin dal 2004 la rete di trasporto a lunga distanza di Telecom Italia è stata sostituita da una rete IP *based*. Per un maggior approfondimento sul tema si veda la delibera 208/07/CONS.

[50] A Milano, ad esempio, la rete NGAN di Telecom Italia è in fase avanzato sviluppo, grazie anche agli accordi commerciali stipulati con la municipalizzata locale per l'uso di infrastrutture civili.

esempio è rappresentato dalla rete dell'operatore Fastweb che, sin dall'inizio, ha basato le proprie offerte sul paradigma della convergenza dei servizi su di una singola piattaforma IP. Esistono anche altri esempi di operatori che hanno una propria rete di accesso in fibra, sebbene in ambiti geograficamente circoscritti.[51]

151. Inoltre, l'Autorità evidenzia che, dal punto di vista merceologico, la definizione del mercato rilevante del servizio di accesso fisico è influenzata indirettamente dalla relazione di sostituibilità riscontrata al dettaglio tra i servizi di accesso in rame e quelli forniti mediante l'utilizzo di altre tecnologie (fibra ottica e WLL). Analogamente a quanto descritto in relazione alla definizione del Mercato 5, poiché il servizio di accesso fisico in rame è l'unica tipologia di accesso fisico venduta nel mercato all'ingrosso, non si individuano vincoli diretti (*direct constraints*) al comportamento dell'impresa fornitrice di tale servizio derivanti dalla possibilità di migrazione della domanda all'ingrosso verso i servizi di accesso fisico basati su altre tecnologie. Questi ultimi servizi, infatti, non sono venduti nel mercato all'ingrosso in quanto forniti unicamente sotto forma di auto-produzione. Si evidenzia, tuttavia, che i vincoli competitivi al comportamento dell'impresa fornitrice del servizio di accesso fisico all'ingrosso in rame potrebbero provenire indirettamente dalla sostituibilità esistente tra i diversi servizi di accesso al dettaglio basati su tecnologie alternative al rame (*indirect constraints*). In particolare, un eventuale aumento di prezzo – modesto ma significativo e non transitorio - dei servizi di accesso fisico all'ingrosso in rame si rifletterebbe in un incremento dei prezzi dei corrispondenti servizi di accesso al dettaglio (forniti attraverso il ricorso a tale servizio all'ingrosso) tale da orientare le scelte di acquisto del cliente finale verso altre soluzioni.[52] L'Autorità valuta l'entità di tale spostamento della domanda al dettaglio verso servizi sostituibili (basati su fibra o WLL) sufficiente da rendere l'incremento del prezzo del servizio di accesso fisico all'ingrosso in rame non profittevole.[53] Infatti, la migrazione della domanda finale verso servizi in fibra ottica e/o WLL comporterebbe un aumento della capacità all'ingrosso in tali tecnologie (fornita sotto forma di autoproduzione) ed una corrispondente diminuzione nella vendita all'ingrosso di accesso fisico in rame.

---

[51] Ad esempio, a Siena un operatore gestisce una rete in fibra ottica che raggiunge il 92% delle famiglie.

[52] Si noti che un eventuale incremento del prezzo dell'accesso fisico in rame determinerebbe non solo un aumento dei prezzi dei servizi finali di accesso degli operatori alternativi, che si basano su tale servizio, ma anche di quelli dell'operatore verticalmente integrato, in ragione dei vincoli regolamentari esistenti (delibera 4/06/CONS, art. 6 comma 2).

[53] Si noti, come già evidenziato nella nota 44, che i servizi di accesso in fibra ottica e quelli basato sul WLL non sono disponibili in tutte le aree dove è presente la tecnologia in rame. Pertanto, il vincolo – seppure indiretto – alle variazioni di prezzo del servizio di acceso fisico in rame esercitato dalle offerte al dettaglio di accesso in fibra ottica/WLL potrebbe risultare più labile. Tuttavia, la presenza di politiche promozionali e commerciali omogenee a livello nazionale, sia dell'incumbent sia degli operatori alternativi, dimostra l'esistenza di un *common pricing constraint* a livello nazionale.

152. In virtù delle suddette considerazioni, l'Autorità ritiene opportuno includere nel mercato rilevante anche i servizi all'ingrosso di accesso fisico alla rete in fibra ottica e quelli forniti mediante l'utilizzo della tecnologia WLL.

Sostituibilità tra le diverse soluzioni tecniche di accesso disaggregato (full unbundling, sub-loop unbundling e shared access)

153. Come individuato dalla Commissione nella Raccomandazione il mercato in esame comprende sia il servizio di accesso fisico pienamente disaggregato (*full ULL*) sia l'accesso condiviso (*shared access*).

154. In Italia, come ampiamente descritto al paragrafo 2.3, i servizi di accesso fisico possono essere offerti in diverse modalità: servizio di accesso completamente disaggregato alla rete locale; servizio di accesso disaggregato alla sottorete locale, servizio di accesso condiviso. Nella precedente analisi di mercato, di cui alla delibera 4/06/CONS, l'Autorità non ha ritenuto opportuno segmentare il mercato del servizio all'ingrosso di accesso fisico in base alle diverse suddette soluzioni tecniche di fornitura, in ragione dell'esistenza di un sufficiente livello di sostituibilità dal lato della domanda e dell'offerta. Al riguardo, l'Autorità ritiene che nel corso di questi ultimi anni non siano sopraggiunte motivazioni di ordine economico, di mercato o tecnologico che possano indurre a conclusioni diverse. In particolare, l'Autorità conferma che, dal lato della domanda, i diversi tipi di accesso disaggregato alla rete locale richiedono all'operatore acquirente il servizio analoghi investimenti (per la predisposizione dei siti, l'installazione degli apparati e dei raccordi di centrale etc.) e analoghe conoscenze tecniche e gestionali (know-how). Inoltre, dal lato dell'offerta, l'operatore di accesso, una volta predisposti i siti, non ha significativi impedimenti tecnici all'apertura della rete nei diversi punti e nelle diverse modalità previste per ciascun tipo di servizio. Da ultimo, si noti che il recente sviluppo del VoIP ha accentuato le analogie nelle funzioni d'uso dei servizi di accesso pienamente disaggregato e quelle dell'accesso condiviso, rafforzando quindi il vincolo di sostituibilità tra i due servizi di accesso disaggregato alla rete locale.

155. In conclusione, l'Autorità ritiene che le diverse soluzioni tecniche di accesso disaggregato debbano essere considerate all'interno del medesimo mercato rilevante.

Conclusioni sulla definizione dei mercati del prodotto/servizio all'ingrosso

156. In virtù dell'analisi svolta, l'Autorità individua i seguenti mercati dei servizi all'ingrosso di accesso alla rete in postazione fissa:

a. Il mercato rilevante della domanda e dell'offerta dei servizi di accesso (virtuale) a banda larga all'ingrosso forniti mediante l'utilizzo delle tecnologie su rame (xDSL), su fibra ottica e WLL;

b. Il mercato rilevante della domanda e dell'offerta dei servizi all'ingrosso di accesso fisico alle infrastrutture di rete in postazione fissa (comprendente sia il servizio di

accesso completamente disaggregato alla rete locale, sia quello di accesso disaggregato alla sottorete locale, sia quello di accesso condiviso) forniti mediante l'utilizzo delle tecnologie su rame, su fibra ottica e WLL.

D2. Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito alla definizione dei mercati del prodotto/servizio all'ingrosso?

Le osservazioni degli operatori

D2.1. Tutti i soggetti intervenuti alla consultazione pubblica, ad eccezione di TI, condividono la definizione merceologica dei mercati dei servizi all'ingrosso di accesso (fisico e virtuale) alla rete in postazione fissa proposta dall'Autorità. TI, invece, non condivide l'orientamento dell'Autorità di includere nei mercati rilevanti dei servizi all'ingrosso di accesso fisico e virtuale alle infrastrutture di rete in postazione fissa sia i servizi forniti mediante l'utilizzo delle tecnologie su rame, sia i servizi forniti mediante la fibra ottica senza operare alcuna segmentazione di prodotto. TI, infatti, sostiene che la superiorità tecnica e qualitativa (che trova riflesso nei prezzi) degli accessi in fibra ottica rispetto agli accessi in rame, unitamente alla loro scarsa diffusione, richieda l'individuazione di due segmenti distinti in entrambi i mercati dell'accesso all'ingrosso.

D2.2. In relazione al mercato dei servizi di accesso all'ingrosso fisico alla rete fissa, Telecom Italia non condivide le due principali motivazioni che hanno portato l'Autorità all'inclusione dei servizi in fibra ottica nel mercato rilevante, ovvero: *i*) il processo di migrazione verso le reti di nuova generazione e *ii*) la presenza di vincoli indiretti a livello *wholesale* tra servizi in fibra ed in rame derivante dall'appartenenza di tali servizi al medesimo mercato *retail*.

D2.3. Le motivazioni che portano TI a contestare l'inclusione dei servizi in fibra ottica nel mercato dei servizi di accesso all'ingrosso (virtuale) a banda larga sono fondamentalmente le medesime avanzate in relazione al mercato dell'accesso fisico, che riguardavano la presenza di vincoli indiretti a livello *wholesale* tra servizi in fibra ed in rame derivante dall'appartenenza di tali servizi al medesimo mercato *retail*.

D2.4. Sempre con riferimento al tema dell'inclusione della fibra ottica nell'ambito della definizione dei due mercati rilevanti all'ingrosso, BT Italia, Fastweb, Tele 2, Tiscali, Vodafone e WIND, pur accogliendo positivamente le conclusioni dell'Autorità, sottolineano la necessità di una analisi che specifichi i servizi e le interfacce utilizzate dall'operatore SMP al fine di renderle disponibili agli altri operatori. I medesimi Operatori auspicano la reintroduzione dell'obbligo di *unbundling* della fibra e l'estensione dell'offerta di servizi *bitstream* in tecnologia Ethernet alla fibra ottica.

D2.5. BT Italia, Fastweb, Tele 2, Tiscali, Vodafone e WIND non condividono l'analisi dell'Autorità che identifica una relazione verticale tra il mercato all'ingrosso dell'accesso fisico (mercato 4) ed il mercato all'ingrosso dell'accesso virtuale (mercato

5), in base alla quale il primo si colloca a monte del secondo. In particolare, le società sopra citate non condividono l'analisi della sostituibilità fra i servizi di accesso fisico e virtuale e l'applicazione dello SSNIP test sviluppata dall'Autorità ai punti 138-139 del documento di consultazione, dove si afferma che un operatore che dispone di accesso fisico potrebbe "*in tempi ragionevoli e senza incorrere in costi particolarmente rilevanti fornire questo servizio (accesso virtuale) ad operatori terzi*".

D2.6. A parere dei summenzionati operatori, la relazione verticale tra mercato 4 e 5, da essi definita come lo "schema fondamentale d'impostazione" dell'analisi dell'Autorità, sarebbe teorica ed incoerente con le indicazioni contenute nella nota esplicativa alla Raccomandazione che, a loro parere suggerisce di analizzare i mercati dell'accesso fisico e dell'accesso virtuale congiuntamente, ma sulla base di un differente ragionamento. Le società elencate al punto precedente rinvengono in tale ragionamento della Commissione tre criteri, che l'Autorità non avrebbe adeguatamente analizzato: *i*) la differenza nei modelli di business sottostanti ai due tipi di servizi (accesso fisico ed accesso virtuale), *ii*) le mutazioni dello scenario competitivo indotte dalla transizione verso le NGAN e *iii*) la copertura dei servizi di *unbundling*, la penetrazione dei servizi a banda larga al dettaglio e la disponibilità di offerte all'ingrosso in concorrenza con quelle dell'*incumbent*.

D2.7. BT Italia, Fastweb, Tele 2, Tiscali, Vodafone e WIND dichiarano che la mancanza di offerte di accesso *wholesale* basate su infrastrutture proprie da parte di operatori alternativi non sia dovuta alla mancanza di obblighi regolamentari nei confronti degli operatori alternativi, o alle loro strategie competitive, ma alla impraticabilità tecnica ed economica di tali offerte. A questo proposito, AIIP dichiara che i propri associati che si sono avvalsi di offerte *bitstream* di operatori alternativi hanno riscontrato carenze nel *provisioning* e nell'*assurance* dei servizi, tali da sconsigliarne l'uso.

D2.8. A parere di BT Italia, Fastweb, Tele 2, Tiscali, Vodafone e WIND, la presenza di un'unica rete di accesso a copertura geografica nazionale, la presenza di limiti di capacità, l'assenza di una effettiva sostituibilità (dal lato dell'offerta) tra l'offerta di Telecom Italia e quella degli operatori alternativi, per l'impossibilita di questi ultimi di entrare nel *merchant market* del servizio di accesso all'ingrosso *bitstream*, renderebbero non giustificabile l'inclusione della componente di auto-produzione, degli operatori alternativi nel mercato rilevante.

D2.9. In stretta correlazione con il tema dell'autoproduzione l'associazione AIIP e l'operatore BT Italia evidenziano che l'introduzione di quote di autoproduzione nel Mercato 5 potrebbe in futuro portare l'Autorità a rivedere/alleggerire gli obblighi dell'operatore *incumbent* su tale mercato.

D2.10. Analogamente ad AIIP, l'operatore BT Italia ritiene che l'accesso virtuale rappresenti l'unico strumento per un operatore infrastrutturato per poter raggiungere una copertura nazionale. Ciò perché l'infrastrutturazione mediante *unbundling* è sempre limitata ad aree territoriali ben definite, rendendo quindi indispensabile avere a

disposizione il *set* completo di servizi di accesso *wholesale,* ed in particolare il servizio di accesso virtuale, per poter presentare offerte competitive con quelle di Telecom Italia su tutto il territorio nazionale.

Le valutazioni dell'Autorità

D2.11. In relazione alla definizione dei servizi all'ingrosso di accesso fisico e virtuale l'Autorità conferma le definizioni proposte nello schema di provvedimento ed in particolare l'inclusione della fibra ottica nell'ambito del perimetro merceologico della definizione dei mercati all'ingrosso. Infatti, l'inclusione dell'accesso su fibra ottica nel mercato rilevante dell'accesso all'ingrosso fisico (Mercato n. 4) e nel mercato rilevante dell'accesso all'ingrosso a banda larga (Mercato n. 5) discende, indirettamente, dalla relazione di sostituibilità riscontrata nei corrispondenti mercati al dettaglio (mercato 1 e mercato dell'accesso a larga banda al dettaglio) tra i servizi di accesso in rame e quelli forniti mediante l'utilizzo dell'accesso in fibra ottica.

D2.12. Sulla base del principio della neutralità tecnologica, l'Autorità ha considerato appartenenti ai medesimi mercati rilevanti sia i servizi offerti mediante la rete in rame, che quelli forniti mediante rete in fibra ottica e WLL[54], sia all'ingrosso che al dettaglio. Si ricorda che la stessa Raccomandazione prevede che i mercati vengano analizzati in modo indipendente dalla rete o dalla infrastruttura che viene utilizzata per fornire i servizi stessi.[55]

D2.13. Per quanto concerne le osservazioni degli Operatori sulla non sussistenza di una relazione verticale tra il Mercato 4 ed il Mercato 5 l'Autorità ribadisce la propria posizione. Tale posizione si basa sulla considerazione che il Mercato 4 fornisce *inputs* per la fornitura dei servizi sul Mercato 5. Oltre a ciò, i servizi di accesso all'ingrosso dei Mercati 4 e 5 sono compresi in due mercati *wholesale* direttamente e indipendentemente collegati ai medesimi mercati *retail* dell'accesso ai servizi in banda larga ed il mercato dell'accesso ai servizi di fonia vocale (mediante il ricorso al VoIP).

D2.14. L'Autorità non condivide l'affermazione degli operatori secondo cui la concorrenza tramite servizi ULL è sviluppata solo in aree di dimensione limitata. A tale proposito, si ricorda che il servizio di ULL è presente in tutti i capoluoghi di provincia e la copertura della popolazione telefonica era pari (nel 2007) al 55,97% della popolazione telefonica totale (cui corrisponde una popolazione effettiva superiore).

D2.15. Per ciò che concerne il tema dell'ubiquità della rete, l'Autorità rileva che, anche se al momento in Italia esiste un'unica rete di accesso a copertura geografica nazionale di proprietà dell'operatore *incumbent*, le reti degli operatori alternativi stanno comunque

---

54 Si noti che diverse Autorità europee, come ad esempio Finlandia, Olanda, Portogallo, hanno inserito la fibra ottica nell'ambito del perimetro merceologico dei Mercati 4 e 5.

55 Cfr. Pagina 19 della *Explanatory Note* alla Raccomandazione della Commissione: "*markets should be examinde in a way that is indipendent of the network or infrastructure used to provide services*".

subendo un importante processo di sviluppo. Tale processo riguarda le componenti infrastrutturali delle reti di trasporto a lunga distanza (*backbone*), delle reti metropolitane (MAN) e delle reti di accesso (sia in fibra ottica che in rame mediante ULL).[56]

D2.16. In relazione alla presenza di limiti di capacità tali da non permettere agli operatori di proporre un'offerta *bitstream* avvalendosi di servizi di *unbundling* (e di conseguenza di entrare nel *merchant market* del *bitstream*), tali limiti sembrano superabili vista la presenza sul mercato all'ingrosso di offerte di questo tipo. La presenza di tali offerte avvalora l'esistenza di una relazione verticale tra il Mercato 4 ed il Mercato 5. Per quanto riguarda la considerazione formulata dagli operatori per cui "*la qualità del servizio in termini di tempi di attivazione di assurance è stata talmente peggiore rispetto a quella del servizio bitstream di Telecom Italia, da causare l'abbandono di tali offerte indipendentemente dal prezzo proposto*" non appare, di per sé, sufficiente a negare l'esistenza di una relazione di verticalità tra i due mercati all'ingrosso oggetto di analisi.

D2.17. Sulla base delle considerazioni riportate ai punti precedenti, l'Autorità ribadisce il proprio orientamento circa la definizione dei mercati all'ingrosso.

2.6.2. I mercati geografici all'ingrosso

Mercato dell'accesso a larga banda all'ingrosso

157. Il servizio di accesso a banda larga all'ingrosso viene quasi esclusivamente offerto a terzi dall'operatore *incumbent* nell'ambito delle aree 1 e 2 definite al punto 107. Difatti, in analogia con quanto osservato sul Mercato 4, gli operatori alternativi – ad

---

[56] A titolo di esempio, si considerino i dati, tratti dai siti *web*, dei seguenti operatori di rete fissa: Fastweb S.p.A.; Wind S.p.A.; Eutelia S.p.A.; BT S.p.A.; Retelit S.p.A.; Infracom S.p.A., con riferimento sia alle infrastrutture di accesso che a quelle di backbone.
L'operatore Fastweb dispone di una rete in fibra ottica che supera i 26.000 Km e che le garantisce una copertura del 50% della popolazione italiana. In particolare, circa 14.000 Km costituiscono la rete a lunga distanza, mente i restanti 12.000 Km costituiscono le reti metropolitane.
L'operatore Wind possiede circa 19.000 Km di rete di lunga distanza e circa 3.500 Km di reti metropolitane, entrambe in fibra ottica. Tale operatore è in grado di raggiungere una copertura in accesso diretto pari al 53% della popolazione italiana.
Eutelia S.p.A. possiede circa 12.000 Km di rete di lunga distanza in fibra e reti metropolitane nelle principali città italiane per una estensione di circa 750 Km.
L'operatore BT Italia possiede una rete proprietaria in fibra ottica di oltre 12.000 Km, interconnessa con la rete europea IP di *British Telecom.* La sua rete di trasporto a lunga distanza raggiunge una estensione di circa 6.000 Km.
Altri operatori infrastrutturati sono Retelit S.p.A. ed Infracom S.p.A. i quali possiedono rispettivamente una rete *backbone* lunga circa 7.000 Km e 5.000 Km. Entrambi inoltre posseggono una parte di rete metropolitana che, nel caso dell'operatore Retelit si estende per 1.700 Km, mentre nel caso dell'operatore Infracom si estende per circa 1.000 Km.

eccezione di alcuni casi marginali – utilizzano la propria rete di accesso esclusivamente per l'autoproduzione, per le ragioni già evidenziate in precedenza (punto 138). Considerando che l'offerta di servizi di *unbundling* è disponibile nella sola area 2, e che le infrastrutture proprie degli operatori alternativi, coprono prevalentemente tale area, si può affermare che anche nel caso dei servizi di accesso a banda larga all'ingrosso l'operatore *incumbent* detiene nell'area 1 una quota pari a circa il 100 % del mercato.

158. Analogamente a quanto riportato in Tabella 6 circa le quote detenute dall'*incumbent* sui mercati *retail*, in Tabella 11 sono riportate le quote di mercato all'ingrosso dell'*incumbent*, con riferimento sia all'intero territorio nazionale, sia all'area dove sono presenti infrastrutture alternative e dove sono disponibili servizi di *unbundling*. Come logico attendersi, la tabella evidenzia una quota di mercato di Telecom Italia inferiore nell'area 2 rispetto alla totalità del mercato; il che comporta – ovviamente – una ancora più marcata differenza con i valori della quota di mercato nell'area 1, prossimi al 100%, dal momento che si tratta di aree dove non sono presenti centrali aperte all'*unbundling.*

Tabella 11 – Quote detenute nel mercato dei servizi di accesso a banda larga all'ingrosso (volumi) – dicembre 2007

Operatore	**Telecom Italia**	**Altri**
Quota nazionale	74,72%	25,28%
Quota Area 2	63,24%	36,76%

159. In Tabella 12 è riportata la distribuzione delle quote di mercato detenute da Telecom Italia nel mercato dell'accesso a banda larga all'ingrosso nelle 10400 centrali locali a fine 2007. La tabella mostra che l'operatore *incumbent* detiene una quota di mercato inferiore al 50% in 233 centrali locali che sottendono una popolazione telefonica pari a circa il 14% del totale.

Tabella 12 – Distribuzione delle quote di mercato detenute da Telecom Italia nel mercato della banda larga all'ingrosso

Distribuzione quote TI	**numero centrali**	**Popolazione coperta**
Gruppo 1 (Q=100%)	9126	44,18%
Gruppo 2 (90 % < Q < 100%)	204	5,61%
Gruppo 3 (80 % < Q ≤ 90%)	143	4,84%
Gruppo 4 (70 % < Q ≤ 80%)	250	9,30%
Gruppo 5 (60 % < Q ≤ 70%)	263	12,50%
Gruppo 6 (50 % < Q ≤ 60%)	181	9,62%
Gruppo 7 (40 % < Q ≤ 50%)	169	10,32%
Gruppo 8 (Q ≤ 40%)	64	3,62%

160. Come si evince dalla tabella n. 12 le quote di mercato evidenziano l'esistenza di aree sottoposte a maggiore pressione competitiva. Questa situazione potrebbe peraltro evolvere verso una ulteriore contrazione della quota di mercato dell'incumbent in alcune aree del territorio nazionale, alla luce della crescente diffusione dell'unbundling e dell'ingresso nel mercato di importanti operatori, oltre che per i richiamati sviluppi degli accessi ultrabroadband. Tuttavia, sulla base delle evidenze ad oggi disponibili, e tenuto conto che nel corrispondente mercato della banda larga al dettaglio - non soggetto a regolamentazione - Telecom Italia non adotta, come del resto gli operatori alternativi, una politica di prezzo differenziata su base geografica, si ritiene maggiormente corretta l'identificazione di un mercato di dimensione nazionale.[57]

161. Inoltre, in relazione alle condizioni tecniche di fornitura del servizio, non appaiono sussistere significative differenze su base geografica nel livello di qualità e nelle caratteristiche del servizio offerto che possano essere motivate da differenti condizioni competitive. Anche in questo caso, le differenze esistenti appaiono riconducibili a limitazioni tecniche legate alla ridotta estensione delle reti di accesso alternative, ed a limitazioni tecniche della rete tradizionale in rame. Queste limitazioni comportano, ad esempio, differenze su base geografica relative alla banda disponibile che possono impedire, ad esempio, la fornitura di servizi aggiuntivi come la IPTV, sia da parte dell'operatore *incumbent* che degli operatori alternativi.

162. In considerazione di quanto precede, l'Autorità, pur riconoscendo che alcune aree sono *effettivamente* caratterizzate da una maggiore pressione competitiva, concentrata nelle aree urbane ove sono presente numerosi operatori e probabilmente destinata a crescere anche in virtù delle evoluzioni del mercato più volte richiamate, sulla base delle evidenze disponibili, conferma le conclusioni dell'analisi del primo ciclo circa la dimensione geografica nazionale del mercato.

163. l'Autorità ritiene comunque opportuno un monitoraggio delle condizioni competitive su dimensione sub-nazionale al fine di rilevare un eventuale ampliamento delle differenze competitive nel corso del tempo. Tale orientamento è giustificato anche alla luce dell'auspicabile sviluppo di reti NGAN, che potrebbe condurre a variazioni significative della situazione competitiva.

Mercato dell'accesso fisico all'ingrosso

164. Come già evidenziato in precedenza, i servizi di accesso fisico all'ingrosso sono offerti dall'*incumbent* esclusivamente nell'ambito dell'area 2; nell'ambito dell'area 1 le infrastrutture in rame di Telecom Italia sono esclusivamente rivolte alla fornitura di servizi *retail*. Similmente gli operatori alternativi utilizzano le proprie infrastrutture –

---

[57] Si noti che in questo caso si sono utilizzate informazioni riguardanti il mercato al dettaglio al fine di derivarne indicazioni circa il mercato all'ingrosso.

localizzate prevalentemente nella stessa area 2 – per l'autoproduzione ad eccezione di alcuni casi marginali in cui queste vengono cedute a terzi in affitto.

165. Dall'analisi condotta, risulta che la quota di mercato (in volumi) dell'*incumbent* assume valori molto elevati sia su base nazionale (97,80%) sia con riferimento all'area 2 (96,15%). Considerata la limitatezza dell'offerta degli operatori alternativi nel mercato oggetto d'analisi, non si ravvisano condizioni competitive sostanzialmente differenti nella zona dove sono concentrate le infrastrutture alternative rispetto al resto del territorio.

166. L'Autorità non ritiene pertanto necessario procedere ad un'analisi geografica più approfondita in considerazione della quota di mercato molto elevata dell'*incumbent* anche nelle aree sottoposte a maggiore pressione competitiva.

Conclusioni in merito ai mercati geografici all'ingrosso

167. In considerazione di quanto detto, l'Autorità conferma i contenuti e i risultati della precedente analisi del mercato 4 (Mercato 11/2003) per quanto riguarda la dimensione geografica, ritenendo quindi che il mercato dell'accesso all'ingrosso (fisico) alle infrastrutture di rete abbia dimensione nazionale.

D3. Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito alla dimensione dei mercati geografici all'ingrosso? In particolare si condivide che – sulla base delle evidenze disponibili – la riscontrata presenza di differenze nel contesto competitivo di alcune aree del Paese non giustifica, al momento, l'individuazione di mercati geografici sub-nazionali?

Le osservazioni degli operatori

D3.1. Tutti gli operatori intervenuti nella consultazione pubblica condividono l'orientamento dell'Autorità di individuare un unico mercato di dimensione nazionale per i servizi di accesso fisico all'ingrosso alle infrastrutture di rete in postazione fissa. Tuttavia, TI rileva che qualora si assumesse la dimensione del prodotto indicata dall'Autorità, che vede nel medesimo mercato sia i servizi in rame, sia i servizi in fibra ottica – che TI non condivide – si dovrebbe valutare la pressione competitiva esercitata sull'infrastruttura in rame dalla fibra ottica nelle aree in cui quest'ultima è presente .

D3.2. Tutti gli operatori intervenuti nella consultazione pubblica, ad eccezione di TI, condividono le conclusioni dell'Autorità circa la dimensione geografica nazionale del mercato dei servizi di accesso virtuale alla rete fissa. Tuttavia, BT Italia, Fastweb, Tele 2, Tiscali, Vodafone e Wind pur condividendone le conclusioni, piuttosto singolarmente, dichiarano che la metodologia di analisi dell'Autorità "non è condivisibile né nella forma né nel merito", riprendendo le medesime considerazioni effettuate circa la dimensione geografica dei mercati al dettaglio (cfr punto D1.7). In aggiunta, i summenzionati operatori effettuano alcune considerazioni circa l'assenza

non solo di vincoli diretti, ma anche indiretti – rilevati invece dall'Autorità – al comportamento di prezzo dell'operatore *incumbent* nel mercato dell'accesso virtuale all'ingrosso. Nell'argomentare, gli operatori alternativi estrapolano dal testo dell'analisi sottoposta a consultazione alcune parti isolandole dal contesto, evidenziando così alcune asserite contraddizioni nel ragionamento dell'Autorità.

D3.3. Telecom Italia non condivide neanche le conclusioni dell'Autorità circa la dimensione geografica nazionale del mercato dell'accesso a banda larga all'ingrosso. L'operatore *incumbent* svolge un'analisi geografica fondata sostanzialmente sulla valutazione delle quote di mercato e del numero di operatori presenti a livello di centrale locale. Tale analisi condurrebbe all'individuazione di tre mercati di dimensione sub-nazionale, dei quali il primo è costituito dalle aree in cui il solo operatore *incumbent* è presente con clienti in accesso diretto, e gli altri due sono costituiti dalle aree in cui sono presenti anche operatori alternativi, con clienti in accesso diretto. Questi ultimi due mercati si distinguerebbero tra loro per il numero di operatori presenti e per il livello delle quote di mercato. A parere di TI, i tre mercati geografici individuati presentano differenti condizioni competitive, in particolare, il terzo mercato tra quelli individuati (denominato "MG3"), che include la quasi totalità degli accessi in fibra ottica degli operatori alternativi, presenterebbe condizioni competitive tali da non giustificare l'individuazione in capo a TI di una posizione di SMP.

D3.4. La valutazione di TI in relazione alle aree *unbundling* evidenzierebbe: *i)* una significativa crescita ed una elevata differenziazione rispetto al resto del paese delle quote di mercato degli operatori alternativi; *ii)* una differenziazione geografica delle condizioni di offerta degli operatori alternativi in termini di caratteristiche tecniche, gamma di servizi offerti, strategie di *marketing* e canali commerciali; *iii)* elementi di differenziazione geografica delle condizioni di ingresso, riferibili a differenti condizioni della domanda potenziale. A parere di TI, le evidenze di cui sopra, sulla base della metodologia dell'ERG, indicherebbero l'esistenza di una discontinuità concorrenziale riferibile alle aree coperte in *unbundling*, da tenere in considerazione nella definizione della dimensione geografica del mercato.

D3.5. A parere di TI, la presenza di offerte degli operatori alternativi differenziate geograficamente, nonostante gli scarsi incentivi che la regolamentazione vigente fornisce all'adozione di strategie di differenziazione geografica dei prezzi, rappresenterebbe un chiaro segnale della presenza di discontinuità territoriali nel contesto competitivo. TI ritiene che l'uniformità dei prezzi *broadband retail* rilevata dall'Autorità derivi dagli obblighi regolamentari vigenti, in particolare l'obbligo di replicabilità delle offerte che ha l'effetto di vincolare i prezzi dell'*incumbent* ai costi della catena tecnologica del *bitstream*, meno efficiente di quella dell'*unbundling*, ed adottata solo marginalmente nelle aree coperte da quest'ultimo servizio. A parere di TI, quindi, i prezzi da essa praticati costituirebbero un evidente segnale di prezzo per gli operatori alternativi che, pur potendo sfruttare la più efficiente catena tecnologica dell'*unbundling*, non hanno nessun incentivo ad accentuare la competizione sui prezzi nelle aree in cui tale servizio è disponibile.

D3.6. Secondo TI, inoltre, la disponibilità di offerte all'ingrosso da parte di operatori alternativi nelle aree servite in *unbundling*, non sarebbe così marginale come riportato dall'Autorità, come anche testimoniato dal rilievo dato a tali servizi sui siti web degli operatori stessi. Gli operatori alternativi, invece, dichiarano di non offrire, se non marginalmente, servizi di accesso all'ingrosso a operatori terzi, e comunque non ritengono tali servizi sostitutivi dei servizi *bitstream* di Telecom Italia.

D3.7. In merito alla metodologia adottata dall'Autorità, TI condivide la scelta di identificare la centrale locale dell'operatore *incumbent* come unità geografica minima, tuttavia ritiene che l'Area 2 non sia caratterizzata da un contesto competitivo omogeneo. Inoltre, a parere di TI, le quote di mercato nelle aree *unbundling* dovrebbero essere confrontate non con quelle riferibili alla media nazionale, ma con quelle riferibili alle aree in cui l'ULL non è disponibile.

D3.8. A parere di TI, l'individuazione di un unico mercato geografico dell'accesso a banda larga all'ingrosso preserverebbe la regolamentazione vigente, ostacolando lo sviluppo della concorrenza ed impedendo che siano trasferiti ai consumatori i vantaggi di prezzo derivanti dall'adozione di politiche di differenziazione geografica dei prezzi grazie anche ad un uso più efficiente delle infrastrutture. A questo proposito, tutti gli operatori alternativi, anche in vista della transizione verso le NGAN, ritengono inopportuno l'alleggerimento (o la revoca) degli obblighi regolamentari di fornitura del servizio *bitstream* attualmente in capo a TI in specifiche zone geografiche o su scala nazionale.

D3.9. TI ritiene che l'aggiornamento dell'analisi sulla base degli sviluppi del mercato verificatisi nel 2008 confermerebbe le proprie conclusioni circa l'esistenza di mercati geografici separati ed auspica l'uso di dati aggiornati a fine 2008 (e di previsioni relative al 2009) per realizzare una analisi effettivamente *forward-looking*.

Le valutazioni dell'Autorità

D3.10. L'Autorità rileva un sostanziale accordo fra tutti i soggetti rispondenti alla consultazione pubblica circa l'individuazione di un unico mercato di dimensione nazionale per i servizi di accesso fisico all'ingrosso alle infrastrutture di rete in postazione fissa. In relazione al rilievo di Telecom Italia circa l'esatta valutazione della pressione competitiva esercitata dai servizi in fibra sui servizi in rame, l'Autorità rimanda alle proprie valutazioni circa la sostituibilità fra i due tipi di servizi di accesso, sulla cui base è giunta all'individuazione di un unico mercato nazionale.

D3.11. In relazione alle osservazioni degli operatori BT Italia, Fastweb, Tele 2, Tiscali, Vodafone e Wind e dell'associazione AIIP sulla metodologia utilizzata per l'analisi geografica, l'Autorità rimanda a quanto già evidenziato al punto D1.13. Tuttavia, l'Autorità vuole sottolineare che sulla base delle evidenze empiriche riscontrate nel mercato dell'accesso virtuale alla rete fissa, la situazione competitiva è mutata rispetto

alla precedente analisi di mercato e non si può escludere che in futuro la riscontrata omogeneità concorrenziale possa venir meno.

D3.12. In merito all'analisi di TI circa il mercato dell'accesso a banda larga all'ingrosso, la quale mostrerebbe che, su un sottoinsieme delle centrali locali di TI, le condizioni concorrenziali presenterebbero una discontinuità rispetto alle condizioni del resto del territorio nazionale, l'Autorità rileva che il numero degli operatori interconnessi direttamente ad una specifica centrale non è indicatore sufficiente del livello concorrenziale. I valori delle quote di mercato calcolate da TI si riferiscono inoltre ad "aggregati" tali da non rendere confrontabili i risultati di TI con quelli ottenuti dall'Autorità. Più in generale, appare prematuro operare una differenziazione geografica del mercato dell'accesso a banda larga all'ingrosso sulla base della sola evidenza apportata da TI (e difficilmente confrontabile con quella dell'Autorità), anche in virtù della limitata presenza di infrastrutture di rete alternative a quella dell'operatore *incumbent*.

D3.13. Inoltre, relativamente alle osservazioni di TI circa la necessità di riconoscere le differenze tra le condizioni concorrenziali che si registrano nelle "aree ULL" e nelle "aree non ULL", al fine di introdurre, ove appropriato e proporzionato, una differenziazione degli obblighi regolamentari, l'Autorità osserva che un'eventuale differenziazione dei rimedi nell'ambito del mercato rilevante, in linea con quanto espresso dalla Commissione europea nella lettera di commenti alla presente analisi di mercato, nonché con le indicazioni dell'ERG in proposito, può essere introdotta solo se adeguatamente motivata dalla presenza di differenziazioni geografiche nelle condizioni competitive che – benché non sufficienti a giustificare la definizione di mercati geografici regionali o locali – possano comunque indurre a ritenere appropriata una variazione degli obblighi regolamentari. L'Autorità, ad oggi, non ha tuttavia pienamente riscontrato tali condizioni.

D3.14. In relazione ai rilievi di TI circa la disponibilità di offerte alternative a quelle dell'*incumbent* differenziate geograficamente, l'Autorità ribadisce l'analisi sviluppata al punto 119 del documento di consultazione, in cui si rileva che eventuali elementi di disomogeneità nelle politiche di prezzo praticate dagli operatori in larga parte non dipendono da discontinuità geografiche nella pressione concorrenziale.

D3.15. In relazione all'impatto sul mercato delle offerte di servizi a banda larga all'ingrosso degli operatori alternativi l'Autorità ha utilizzato le informazioni comunicate dagli operatori che evidenziano la marginalità, ma non certo l'impossibilità di offrire tali servizi.

D3.16. In relazione all'analisi delle condizioni competitive dell'Area 2, l'Autorità chiarisce che, confrontando le quote di mercato nelle aree *unbundling* con quelle riferibili alla media nazionale, non si intende trascurare, quanto piuttosto evidenziare, la tendenza dell'Area 2 a discostarsi dalle condizioni competitive che caratterizzano il mercato nazionale, nel quale la dominanza dell'operatore *incumbent* è certamente più

evidente. In tal modo, l'Autorità ha messo in luce un processo di mutamento nelle condizioni competitive che necessita di un monitoraggio accurato.

D3.17. Per quanto riguarda i rilievi di TI circa i *remedies* che meglio potranno promuovere la concorrenzialità del mercato dell'accesso a banda larga all'ingrosso, l'Autorità li esaminerà nell'ambito del procedimento di definizione dei *remedies* da applicare ai mercati all'ingrosso ed al dettaglio dell'accesso alla rete fissa.

D3.18. Infine, in relazione al rilievo di TI circa l'uso di evidenze di mercato relative ad anni successivi al 2007, l'Autorità pur riconoscendo che alcune aree sono caratterizzate da una maggiore pressione competitiva (probabilmente destinata a aumentare anche in virtù dell'evoluzione del mercato), non ha ancora evidenza di variazioni significative nell'omogeneità delle condizioni competitive derivanti dalle politiche di prezzo adottate dagli operatori o dalla qualità e dalle caratteristiche dei servizi offerti.

D3.19. Sulla base delle considerazioni riportate ai punti precedenti l'Autorità ribadisce il proprio orientamento in merito alla dimensione dei mercati geografici all'ingrosso.

3. DETERMINAZIONE DEL SIGNIFICATIVO POTERE DI MERCATO

3.1. Introduzione

168. Ai sensi dell'articolo 17, comma 2, del Codice, "si presume che un'impresa disponga di un significativo potere di mercato se, individualmente o congiuntamente con altri, gode di una posizione equivalente ad una posizione dominante, e dunque di forza economica tale da consentirle di comportarsi in misura notevole in modo indipendente dai concorrenti, dai clienti e dai consumatori".

169. L'articolo 17 del Codice ha recepito l'articolo 14 della direttiva quadro, che conforma la definizione del significativo potere di mercato (SMP) ai fini della regolamentazione di settore a quella data dalla Corte di giustizia europea per la nozione di posizione dominante ai fini del diritto della concorrenza. Una sintesi degli orientamenti della Commissione circa l'interpretazione del concetto di posizione dominante nell'industria delle comunicazioni elettroniche è contenuta nelle Linee direttrici che l'Autorità tiene in massimo conto nello svolgimento dell'analisi di mercato.[58]

170. In base ai paragrafi 75 e seguenti delle Linee direttrici, per stabilire l'esistenza di un significativo potere di mercato l'Autorità si avvale di diversi indicatori quali, *inter alia*, le quote di mercato, la dimensione globale dell'impresa, il controllo di infrastrutture difficilmente duplicabili, le barriere all'ingresso, le economie di scala e di diversificazione, l'integrazione verticale, la rete di distribuzione e vendita e la concorrenza potenziale. Tali indicatori devono essere analizzati anche in un'ottica previsionale.

171. Per quanto riguarda la quota di mercato, anche se al paragrafo 76 delle Linee direttrici si afferma che nel caso di prodotti differenziati è preferibile utilizzare quote di mercato calcolate sulla base del valore delle vendite, al successivo paragrafo 77, si afferma che "spetta alle ANR decidere i criteri più adatti per misurare la presenza sul mercato", salvo però fornire alcune indicazioni circa le modalità di calcolo più adatte in alcuni dei mercati individuati dalla Raccomandazione.

172. L'articolo 17, comma 2, del Codice stabilisce, in conformità con l'articolo 82 del trattato CE, che "un'impresa può detenere un rilevante potere di mercato, ossia può detenere una posizione dominante, sia individualmente che congiuntamente con altri". Sebbene il concetto di dominanza collettiva sia in evoluzione, la Commissione e la giurisprudenza della Corte sono orientate a ritenere che una o più imprese detengano una posizione dominante collettiva quando in rapporto ai loro clienti e concorrenti si presentino come un'unica impresa, senza che vi sia concorrenza effettiva tra loro. Le

[58] Cfr. Linee direttrici, capitolo 3, punti 70-106.

Linee direttrici, al paragrafo 96, specificano che le Autorità nazionali di regolamentazione per valutare *ex ante* la presenza delle condizioni che possano favorire l'insorgenza di una posizione dominante collettiva, devono valutare se ricorrano le condizioni elencate nel suddetto paragrafo.

Mercato dell'accesso all'ingrosso (fisico) alle infrastrutture di rete (ivi compreso l'accesso condiviso o pienamente disaggregato) in postazione fissa (Mercato 4)

3.2. Struttura e dinamica del mercato

173. I servizi di accesso fisico all'ingrosso alle infrastrutture di rete sono forniti prevalentemente da Telecom Italia, che possiede l'unica rete di accesso diffusa capillarmente su tutto il territorio nazionale.[59] Nel mercato considerato, sono presenti anche altri operatori dotati di infrastrutture di accesso proprietarie e, quindi, potenzialmente in grado di fornire servizi di accesso fisico all'ingrosso. Tuttavia le infrastrutture d'accesso alternative vengono utilizzate in via prioritaria per l'autoproduzione. I principali operatori alternativi sono Fastweb, BT Italia, Colt Telecom (per gli accessi in fibra ottica), Infracom (per gli accessi *wireless*) ed altre imprese dotate di reti di dimensioni meno rilevanti.

174. Dal lato della domanda, sono pertanto presenti svariati operatori che acquistano servizi di accesso disaggregato da Telecom Italia per offrire ai propri clienti servizi di accesso al dettaglio. Tra questi i principali per numero di linee *unbundling*/*shared access* (ULL)/(SA) acquistate nel 2007 sono Fastweb, Tele2, Wind, Tiscali, BT, Eutelia, MC-Link, Colt e Brennercom.

175. Il mercato è, dunque, costituito dal totale delle linee della rete di accesso in rame di Telecom Italia – ossia dalla somma delle linee (all'ingrosso) vendute da quest'ultima ad altri operatori e delle linee vendute internamente dalla divisione *wholesale* alla divisione *retail* di Telecom Italia a cui si deve aggiungere il totale delle linee vendute quasi esclusivamente in autoproduzione dagli altri operatori attraverso infrastrutture proprie.

176. Nella tabella seguente è riportato il numero di linee in *unbundling* ed in *shared access* vendute dall'*incumbent* nel periodo 2004-2007. La tabella evidenzia una sensibile crescita delle linee in ULL tra il 2006 e il 2007 ed una contemporanea flessione nelle vendite di linee in SA. Tale andamento è spiegato dall'evoluzione della politica commerciale degli operatori alternativi che, al fine di acquisire la gestione completa del cliente finale, si sono progressivamente orientati verso l'ULL a scapito dello SA.

---

[59] Per questa ragione, Telecom Italia ed è stata notificata, nell'ambito del primo ciclo di analisi di mercato, come operatore avente significativo potere di mercato su tutti i mercati nazionali delle telecomunicazioni fisse.

Tabella 13 – Mercato 4: numero di linee vendute

	Linee ULL		Linee SA	
	Consistenza	Variazione	Consistenza	Variazione
2004	732.909		22.773	
2005	1.085.837	48%	135.421	495%
2006	1.994.906	84%	279.406	106%
2007	3.107.841	56%	244.158	- 16%

3.3. Descrizione degli indicatori utilizzati

177. L'Autorità ritiene che gli indicatori più adatti (fra quelli elencati nelle Linee direttrici) ai fini della valutazione del significativo potere di mercato nella fornitura di servizi di accesso fisico all'ingrosso alle infrastrutture di rete siano: *i*) il livello e l'andamento delle quote di mercato; *ii*) il controllo di infrastrutture difficili da duplicare; *iii*) le economie di scala, densità e diversificazione; *iv*) la mancanza o l'insufficienza di contropotere di mercato da parte degli acquirenti; *v*) l'integrazione verticale.

178. Ciascun indicatore viene analizzato nei paragrafi che seguono.

3.3.1. Livello e andamento delle quote di mercato

179. La Tabella 14 riporta le quote di mercato di Telecom Italia in volumi e ricavi nel periodo 2004-2007 nella fornitura di servizi di accesso fisico all'ingrosso alle infrastrutture di rete.

Tabella 14 – Mercato 4: quote di mercato in termini di volumi e ricavi

	Volumi (numero di linee)		Ricavi	
	Telecom Italia	Altri	Telecom Italia	Altri
2004	98,56%	1,44%	99,25%	0,75%
2005	98,30%	1,70%	98,94%	1,06%
2006	98,04%	1,96%1	98,01%	1,99%
2007	97,80%	2,20%	97,98%	2,02%

180. Sebbene entrambe le quote mostrino una lieve riduzione nell'arco di tempo osservato, la tabella mostra che nel complesso le quote dell'*incumbent* non hanno subito rilevanti variazioni negli ultimi anni (anche in termini di tassi di riduzione) e risultano, comunque, molto vicine al 100%. Peraltro, va considerato che l'andamento osservato dipende essenzialmente dalla natura particolare del mercato, che è sorto a seguito

dell'imposizione di un obbligo regolamentare in capo all'*incumbent* e nel cui ambito, almeno nel breve/medio periodo, non si prevedono cambiamenti concorrenziali rilevanti.

3.3.2. Controllo di infrastrutture difficili da duplicare

181. La realizzazione di infrastrutture nel settore delle telecomunicazioni, in particolare di infrastrutture di accesso, richiede, da un lato, tempi molto lunghi e, dall'altro, investimenti ingenti e prevalentemente non recuperabili (*sunk cost*) in caso di uscita dal mercato.

182. L'operatore *incumbent* ha effettuato gli investimenti per l'intera infrastruttura di rete, di lunga distanza e di accesso, in una situazione di monopolio. Tale fattore, unitamente ai significativi costi fissi necessari per gli scavi e per l'installazione di una rete di accesso, attribuisce a Telecom Italia un notevole vantaggio competitivo scoraggiando, al contempo, l'ingresso di nuovi operatori.

183. Per queste ragioni, lo sviluppo di reti alternative sul mercato italiano negli ultimi anni è stato molto limitato. Un numero ridotto di operatori ha sviluppato reti in fibra o *wireless* la cui copertura non è, tuttavia, particolarmente estesa. A tal riguardo, basti osservare che poche sono le reti degli operatori alternativi con un grado di capillarità apprezzabile nelle principali città italiane.

184. Infine, si osservi che anche lo sviluppo di reti di accesso di nuova generazione è al momento ancora molto limitato e non può essere, pertanto, considerato un fattore in grado di mutare la situazione concorrenziale.

185. Alla luce delle considerazioni svolte, l'Autorità conferma quanto espresso nella precedente analisi di mercato riguardo alla difficoltà da parte degli operatori alternativi di duplicare le infrastrutture di rete dell'operatore *incumbent*.

3.3.3. Economie di scala, densità e diversificazione

186. La funzione di produzione di servizi di *unbundling* è caratterizzata da rendimenti di scala crescenti riconducibili all'elevato rapporto fra costi fissi e costi variabili. L'impresa fornitrice di tali servizi, pertanto, è in grado di realizzare ingenti economie di scala.

187. Inoltre, il mercato in esame è caratterizzato dalla presenza di notevoli economie di diversificazione derivanti dalla possibilità di utilizzare la rete di accesso per la fornitura di più servizi (es. servizi di telefonia locale, nazionale, internazionale e servizi dati). Ovviamente gli operatori che possiedono la rete sono in grado di esercitare il maggior controllo possibile sui livelli di servizio e di banda erogabili e riescono, pertanto, a realizzare economie di diversificazione superiori rispetto a quelle realizzabili dagli operatori che non possiedono la rete.

188. Da ultimo, la fornitura di servizi di *unbundling* può generare notevoli economie di densità nelle aree geografiche ove maggiore è la densità abitativa, quali le aree urbane, caratterizzate in genere anche da un reddito elevato e da un'elevata domanda di servizi *business*. Non a caso, come rilevato anche nella sezione di definizione geografica del mercato, il maggiore sviluppo di infrastrutture alternative è riscontrabile nelle aree metropolitane più popolate.

189. Nonostante le economie di densità siano realizzabili non solo dall'*incumbent*, ma anche dagli operatori alternativi nelle aree in cui sono presenti, Telecom Italia risulta essere comunque l'operatore in grado di beneficiare di economie di scala e di diversificazione sostanzialmente maggiori rispetto agli altri operatori.

190. L'Autorità ritiene pertanto che la presenza di notevoli economie di scala, densità e diversificazione avvantaggi ulteriormente l'*incumbent* rispetto agli altri operatori.

3.3.4. Contropotere da parte degli acquirenti

191. In qualunque mercato gli acquirenti sono in grado di esercitare una qualche forma di contropotere d'acquisto nei confronti del fornitore quando acquistano considerevoli quantità del servizio offerto ed hanno la possibilità di rivolgersi a fornitori alternativi in risposta ad un aumento del prezzo in tempi ragionevoli.

192. Nel mercato in esame, pur esistendo alcuni operatori che acquistano da Telecom Italia una quantità elevata di linee in ULL/SA, è pressoché impossibile che questi possano rivolgersi ad altri operatori, essendo l'offerta di servizi di accesso disaggregato riconducibile quasi esclusivamente a Telecom Italia. Inoltre, i pochi operatori alternativi che detengono linee in proprio tendono a non offrirle ad operatori terzi, per non dover fronteggiare la concorrenza di questi ultimi nei mercati al dettaglio.

3.3.5. Integrazione verticale

193. Telecom Italia è tuttora l'unico operatore verticalmente integrato lungo tutta la catena tecnologica e impiantistica a livello nazionale. In virtù di ciò, Telecom Italia può provvedere ad una razionalizzazione dei costi di natura tecnico-operativa ed effettuare scelte coordinate tra livelli *wholesale* e *retail* della catena del valore.

194. Gli operatori alternativi dispongono di una minore libertà d'azione in quanto, da un lato, devono rispettare i vincoli imposti da Telecom Italia nell'acquisto di servizi intermedi e, dall'altro lato, si trovano a competere con quest'ultima nel mercato a valle.

3.3.6. Conclusioni sulla determinazione del significativo potere di mercato

195. L'Autorità ritiene che, a causa dell'elevato livello delle quote di mercato di Telecom Italia, e della loro persistenza nel tempo, si possa presumere che la stessa goda di un significativo potere di mercato.[60] L'analisi degli altri indicatori volti all'accertamento del significativo potere di mercato conferma che nel mercato dell'accesso fisico all'ingrosso alle infrastrutture di rete in postazione fissa non sussistano condizioni di concorrenza effettiva e che l'operatore Telecom Italia detenga un significativo potere di mercato. Si ritiene che la valutazione circa la concorrenzialità del mercato ed il potere di mercato di Telecom Italia non possa subire variazioni significative nell'orizzonte temporale considerato (18 mesi), al di là delle considerazioni svolte al successivo capitolo 4, in relazione all'impatto concorrenziale che gli Impegni assunti da Telecom Italia avranno sui mercati in esame.

Mercato dell'accesso a banda larga all'ingrosso (Mercato 5)

3.4. Struttura e dinamica del mercato

196. Il servizio di accesso a banda larga all'ingrosso è offerto da Telecom Italia su infrastruttura proprietaria e dagli operatori alternativi su infrastrutture proprietarie o ricorrendo all'ULL. Gli operatori alternativi offrono i servizi di accesso a banda larga all'ingrosso prevalentemente alle proprie divisioni commerciali (autoproduzione). Oltre a Telecom Italia, i principali operatori presenti dal lato dell'offerta sono Fastweb, Wind, Tele2, Tiscali, BT Italia, Colt Telecom, Infracom, Eutelia, MC-Link, Colt e Brennercom.

197. Nella tabella che segue sono riportati i volumi (in linee) venduti nel mercato *retail* della banda larga e quelli venduti nel corrispondente mercato *wholesale* (mercato 5) da Telecom Italia, attraverso il servizio *bitstream*. La tabella mostra una notevole crescita delle linee al dettaglio vendute nel periodo 2004-2005, crescita che si è attenuata negli anni successivi. La tabella mostra, inoltre, una corrispondente crescita delle linee all'ingrosso vendute nel medesimo periodo, anche se di dimensione decisamente inferiore. Tale andamento è molto probabilmente da attribuirsi al già evidenziato maggiore ricorso ai servizi di accesso disaggregato derivante dalle politiche di investimento attuate dagli operatori per la realizzazione delle proprie reti di accesso.

[60] Cfr. punto 75 delle Linee direttrici.

Tabella 15 – Linee a larga banda vendute al dettaglio e all'ingrosso

Anno	Mercato al dettaglio dell'accesso a banda larga			Mercato 5
	Telecom Italia	Altri	Totali	Telecom Italia
2004	*3.411.076*	*1.177.472*	*4.588.548*	*894.704*
2005	*4.817.152*	*1.883.845*	*6.700.997*	*1.210.874*
2006	*5.639.244*	*2.783.463*	*8.422.707*	*1.131.363*
2007	*6.427.335*	*3.586.035*	*10.013.370*	*1.162.793*

3.5. Descrizione degli indicatori utilizzati

198. L'Autorità ritiene che gli indicatori più adatti (fra quelli elencati nelle Linee direttrici) ai fini della valutazione del significativo potere di mercato nella fornitura di servizi di accesso a banda larga all'ingrosso siano: *i*) il livello e l'andamento delle quote di mercato; *ii*) il controllo di infrastrutture difficili da duplicare; *iii*) le economie di scala, densità e diversificazione; *iv*) la mancanza o l'insufficienza di contropotere da parte degli acquirenti; *v*) l'integrazione verticale.

199. Ciascun indicatore viene analizzato nei paragrafi che seguono.

3.5.1. Livello e andamento delle quote di mercato

200. La Tabella 16 riporta le quote di mercato *retail* in volumi ed in ricavi conseguite dai principali operatori nel periodo 2004-2007. La tabella mostra una riduzione di circa 10 punti percentuali della quota dell'*incumbent*, più marcata negli anni 2006 e 2007, in corrispondenza della crescita degli investimenti in ULL/SA da parte degli altri operatori. Al riguardo, Tele2, che ha avviato gli investimenti per realizzare una rete di accesso in ULL nell'anno 2006, risulta essere l'operatore che ha acquisito maggiori quote di mercato negli anni 2006 e 2007.

Tabella 16 – Quote di mercato *retail* (volumi)

	2004		2005		2006		2007	
	Volumi	Ricavi	Volumi	Ricavi	Volumi	Ricavi	Volumi	Ricavi
TI	*74,34%*	82,46%	*71,89%*	79,85%	*66,95%*	75,13%	*64,19%*	71,47%
Fastweb	*10,71%*	17,54%	*10,62%*	20,15%	*12,44%*	24,87%	*12,77%*	28,53%
Wind	*7,44%*		*9,00%*		*9,06%*		*10,21%*	
Tiscali	*3,77%*		*3,95%*		*5,03%*		*5,11%*	
Tele2	*1,62%*		*2,32%*		*3,82%*		*5,09%*	
Altri	*2,12%*		*2,22%*		*2,70%*		*2,63,%*	

201. La Tabella 17 riporta le quote di mercato all'ingrosso in volumi e ricavi degli operatori per il periodo 2004-2007. Anche in questo caso si rileva una significativa riduzione delle quote di mercato dell'*incumbent* (poco meno di 8 punti percentuali in 4 anni), più marcata negli anni 2006 e 2007, in corrispondenza della crescita degli investimenti in ULL/SA da parte degli altri operatori. L'andamento è quindi analogo a quanto riscontrato nel mercato *retail*, ove però le quote di Telecom Italia risultano inferiori in quanto nelle quote degli operatori alternativi si includono anche le linee a banda larga vendute dagli stessi usufruendo dell'offerta di *bitstream*.

202. Le quote di mercato in ricavi di Telecom Italia sul mercato all'ingrosso sono superiori a quelle in volumi in quanto le prime includono le sole *merchant sales* dei servizi a banda larga all'ingrosso, mentre le seconde includono anche *captive sales*, ovvero quelle utilizzate per l'autoproduzione.

Tabella 17 – Quote di mercato all'ingrosso (volumi)

	2004		2005		2006		2007	
	Volumi	Ricavi	Volumi	Ricavi	Volumi	Ricavi	Volumi	Ricavi
TI	*86,56%*	94,18%	*84,37%*	94,27%	*79,15%*	92,80%	*74,72%*	94,07%
Fastweb	*9,78%*	5,82%	*9,78%*	5,93%	*11,14%*	7,20%	*10,81%*	5,93%
Wind	*1,67%*		*3,31%*		*4,45%*		*7,60%*	
Tiscali	*0,77%*		*1,41%*		*2,95%*		*3,13%*	
Tele2	*0,00%*		*0,00%*		*0,97%*		*2,46%*	
Altri	*1,21%*		*1,13%*		*1,34%*		*1,28%*	

203. La quota di mercato di Telecom Italia sia nel mercato all'ingrosso, sia nel corrispondente mercato al dettaglio, si attesta su valori decisamente elevati, anche

qualora si consideri il mercato all'ingrosso dell'accesso a banda larga nella sua definizione più ampia (includendo tutte le tecnologie e l'autoproduzione). Risulta tuttavia evidente una diminuzione sensibile delle quote di mercato dell'*incumbent*, soprattutto negli anni 2006 e 2007, grazie al più ampio ricorso ai servizi offerti sul mercato dell'*unbundling* e, in misura residuale, allo sviluppo di infrastrutture di rete alternative.

3.5.2. Controllo di infrastrutture difficili da duplicare

204. Un operatore che voglia offrire un servizio analogo al servizio *bitstream* di Telecom Italia necessita di una rete di accesso capillare e di una rete di trasporto con copertura nazionale. Sebbene esistano alcuni operatori che posseggono reti di trasporto sufficientemente estese, permangono i problemi legati alla realizzazione di reti di accesso alternative.

205. Tali problemi si sono attenuati a partire dall'anno 2000, in seguito all'entrata in vigore della regolamentazione dell'accesso disaggregato alla rete locale. I servizi di *unbundling*, infatti, consentono di limitare gli investimenti non pienamente recuperabili e di trasformare parte dei costi fissi, legati alla costruzione delle infrastrutture, in costi variabili. Ciononostante per i nuovi entranti i costi (di allestimento del sito, di affitto degli spazi in centrale e di affitto del doppino) continuano a risultare piuttosto elevati, così come i tempi di attivazione del servizio.

206. La redditività della fornitura di servizi all'ingrosso di accesso a banda larga mediante il ricorso all'*unbundling* del *local loop* è condizionata dal raggiungimento di determinate economie di densità, realizzabili in buona parte delle centrali aperte ai servizi di *unbundling*. Il fatto che tali servizi siano disponibili solo su un sottoinsieme delle centrali locali (che servono il 56% della popolazione telefonica) impedisce agli operatori alternativi la fornitura dei servizi in banda larga all'ingrosso su tutto il territorio nazionale.

207. L'Autorità, pertanto, ritiene che il controllo di infrastrutture non facilmente replicabili continui a conferire a Telecom Italia, come riscontrato nell'analisi del mercato dei servizi di accesso fisico alla rete locale, un considerevole vantaggio competitivo a discapito degli operatori alternativi.

3.5.3. Economie di scala, densità e diversificazione

208. La funzione di produzione dei servizi di accesso a banda larga, anche se in misura minore rispetto a quella dei servizi di *unbundling*, è caratterizzata da rendimenti di scala crescenti, riconducibili all'elevato rapporto fra costi fissi e costi variabili. L'impresa fornitrice di tali servizi, pertanto, è in grado di realizzare notevoli economie di scala. Inoltre il numero di linee *retail* vendute dall'*incumbent*, di gran lunga superiore rispetto a quelle vendute dagli altri operatori, gli garantisce la possibilità di godere pienamente dei vantaggi derivanti dalla maggior efficienza della propria scala produttiva.

209. Le economie di diversificazione, realizzabili offrendo in *bundle* servizi *retail* di accesso voce e dati, possono essere realizzate sull'intero territorio nazionale dall'*incumbent*. Viceversa, gli operatori alternativi solo in grado di realizzare economie di diversificazione limitatamente alle aree in cui possiedono reti di accesso proprietarie o ricorrono all'ULL.

210. Infine, gli operatori alternativi che posseggono reti di accesso proprietarie o che ricorrono all' ULL/SA sono in grado, qualora raggiungano elevate quote di mercato, di realizzare, come l'*incumbent*, notevoli economie di densità. In altri termini, l'efficienza produttiva dell'*incumbent* nella fornitura di servizi all'ingrosso è conseguibili anche da altri operatori, pur se limitatamente alle aree in cui questi dispongono di infrastrutture proprie o ricorrono all'ULL/SA.

211. Nonostante le economie di densità siano realizzabili non solo dall'*incumbent*, ma anche dagli operatori alternativi nelle aree in cui sono presenti, Telecom Italia risulta essere comunque l'operatore in grado di beneficiare di economie di scala e di diversificazione sostanzialmente maggiori rispetto agli altri operatori.

212. L'Autorità ritiene pertanto che la presenza di notevoli economie di scala, densità e diversificazione avvantaggi ulteriormente l'*incumbent* rispetto agli altri operatori.

3.5.4. Contropotere da parte degli acquirenti

213. Per il mercato dei servizi di accesso a banda larga all'ingrosso valgono le medesime considerazioni circa l'assenza di contropotere di mercato da parte degli acquirenti svolte nell'analisi del Mercato 4.

214. Più precisamente, l'offerta di servizi di accesso a banda larga all'ingrosso è riconducibile quasi esclusivamente a Telecom Italia in quanto i pochi operatori alternativi che detengono linee in proprio tendono a non offrirle ad operatori terzi, per non dover fronteggiare la concorrenza di questi ultimi nei mercati al dettaglio.

3.5.5. Integrazione verticale

215. Telecom Italia è tuttora l'unico operatore verticalmente integrato lungo tutta la catena tecnologica e impiantistica a livello nazionale anche in relazione al mercato dei servizi di accesso a banda larga all'ingrosso.[61] Questa caratteristica pone Telecom Italia nella posizione di essere l'unico operatore a non dover acquistare servizi intermedi da operatori con cui si trova a competere sul mercato a valle.

216. Gli operatori alternativi dispongono di una minore libertà d'azione in quanto, da un lato, devono rispettare i vincoli imposti da Telecom Italia nell'acquisto di servizi intermedi e, dall'altro lato, si trovano a competere con quest'ultima nel mercato a valle.

[61] Almeno in tutte le aree potenzialmente remunerative.

3.5.6. Conclusioni sulla determinazione del significativo potere di mercato

217. L'Autorità ritiene che, a causa dell'elevato livello delle quote di mercato di Telecom Italia, e della loro persistenza nel tempo, si possa presumere che la stessa goda di un significativo potere di mercato. L'analisi degli altri indicatori volti all'accertamento del significativo potere di mercato conferma che nel mercato dell'accesso a banda all'ingrosso non sussistano condizioni di concorrenza effettiva e che l'operatore Telecom Italia detenga un significativo potere di mercato. Si ritiene che la valutazione circa la concorrenzialità del mercato ed il potere di mercato di Telecom Italia non possa subire variazioni significative nell'orizzonte temporale considerato (18 mesi), al di là delle considerazioni svolte al successivo capitolo 4, in relazione all'impatto concorrenziale che gli Impegni assunti da Telecom Italia avranno sui mercati in esame.

218. L'Autorità riscontra comunque l'esistenza di aree geografiche che presentano caratteristiche di maggiore competitività rispetto al resto del paese. Tuttavia, come già evidenziato nella sezione dedicata alla definizione geografica del mercato, tali aree risultano di dimensione limitata rispetto all'estensione del mercato. In ogni modo l'Autorità monitorerà le condizioni competitive su base sub-nazionale al fine di rilevare ulteriori variazioni nella pressione concorrenziale.

Mercati dell'accesso al dettaglio alla rete telefonica pubblica in postazione fissa per clienti residenziali e non residenziali (Mercati 1a e 1b)

3.5.7. Struttura e dinamica del mercato

219. Il servizio di accesso al dettaglio alla rete telefonica pubblica in postazione fissa, per clienti residenziali e non residenziali, è offerto da Telecom Italia su rete proprietaria e dagli operatori che dispongono di una rete di accesso proprietaria o che utilizzano l'ULL. In aggiunta, gli operatori alternativi possono offrire servizi di accesso ricorrendo alle offerte di servizi di WLR[62] e di *naked bitstream* (in questo secondo caso grazie alla tecnologia VoIP) dell'operatore *incumbent*. Dal lato dell'offerta i principali operatori, oltre Telecom Italia, sono Fastweb, Wind, Tele2, Tiscali, BT Italia, Colt Telecom, Infracom, Eutelia, MC-Link, Colt, Brennercom, Welcome Italia. Dal lato della domanda sono presenti i clienti finali che richiedono servizi di accesso alla rete in postazione fissa per effettuare e ricevere chiamate vocali ed accedere ai servizi correlati.

220. La Tabella 18 e la Tabella 19 riportano la consistenza del mercato in volumi, intesa come numero di linee equivalenti attive, indipendentemente dalla tecnologia impiegata (rame, fibra, *wireless*).

---

[62] Il servizio WLR è stato attivato a partire dalla fine dell'anno 2007 quindi non assume rilevanza nell'analisi dei dati sviluppata. Comunque è tenuto in considerazione per l'analisi prospettica delle condizioni competitive del mercato.

Tabella 18 – Numero di linee equivalenti attive

	Residenziali	Non residenziali	Totali
2004	18.606.364	8.564.339	27.170.703
2005	18.408.500	8.550.093	26.958.593
2006	18.672.128	8.546.327	27.218.455
2007	19.621.731	8.434.715	28.056.446

221. La Tabella 18 mostra una diminuzione delle linee totali nel periodo 2004-2005 ed una inversione di tendenza negli anni 2006 e 2007. Tale andamento è riconducibile alla diffusione della tecnologia VoIP, che permette l'assegnazione di più numerazioni alla medesima linea fisica.

3.6. Descrizione degli indicatori utilizzati

222. L'Autorità ritiene che gli indicatori più adatti (fra quelli elencati nelle Linee direttrici) ai fini della valutazione del significativo potere di mercato nella fornitura di servizi di accesso al dettaglio alla rete telefonica pubblica in postazione fissa per clienti residenziali e non residenziali siano: *i*) il livello e l'andamento delle quote di mercato; *ii*) il controllo di infrastrutture difficili da duplicare; *iii*) le economie di scala, densità e diversificazione; *iv*) la mancanza o l'insufficienza di contropotere di mercato da parte degli acquirenti; *v*) l'integrazione verticale.

3.6.1. Livello e andamento delle quote di mercato

223. La Tabella 19 riporta le quote di mercato in termini di linee equivalenti per il mercato residenziale e mercato per quello non residenziale dei servizi di accesso.

Tabella 19 – Quote di mercato (volumi) – residenziale (a) – non residenziale (b)

	2004	2005	2006	2007
Telecom Italia	95,29%	93,17%	87,55%	82,36%
Fastweb	2,73%	3,84%	5,70%	6,62%
Wind	1,98%	2,82%	4,47%	6,16%
Tele2	0,00%	0,00%	1,52%	3,43%
Tiscali	0,00%	0,08%	0,47%	1,10%
Altri	0,01%	0,09%	0,28%	0,33%

(a)

	2004	2005	2006	2007
Telecom Italia	94,13%	91,84%	88,66%	85,21%
BT	1,70%	2,63%	3,14%	3,88%
Fastweb	1,30%	1,82%	2,74%	3,38%
Wind	0,95%	1,27%	1,63%	2,52%
Infracom	1,07%	1,20%	1,39%	1,51%
Tiscali	0,00%	0,18%	0,68%	1,05%
Colt	0,41%	0,45%	0,64%	0,77%
Eutelia	0,16%	0,22%	0,34%	0,53%
Altri	0,28%	0,39%	0,78%	1,15%

(b)

224. La Tabella 19 mostra una riduzione delle quote di mercato di Telecom Italia, più marcata negli ultimi anni e nel mercato residenziale. Tale riduzione è anche in questo caso da attribuirsi principalmente alla diffusione e all'ampliamento delle reti basate su ULL e, in misura inferiore, allo sviluppo di infrastrutture alternative. Difatti, nel corso del periodo di riferimento, il numero di linee equivalenti offerte dagli operatori su infrastrutture proprietarie è cresciuto del 47,5%; nello stesso periodo, il numero di linee equivalenti offerto dai medesimi operatori grazie al ricorso all'ULL è cresciuto del 343,57%.

225. La variazione delle condizioni concorrenziali nel mercato dell'accesso alla rete telefonica appare dunque riconducibile allo sviluppo dei servizi di *unbundling*, sia dal lato dell'offerta (con l'estensione della copertura del servizio), sia agli investimenti degli operatori alternativi, che si sono focalizzati su tale modalità di offerta all'ingrosso soprattutto nel biennio 2006-2007.

226. L'Autorità ritiene comunque che le quote di mercato in ricavi mostrate nelle tabelle seguenti siano sufficienti a presumere che Telecom Italia detenga una posizione di dominanza individuale nel mercato al dettaglio dell'accesso alla rete telefonica pubblica da postazione fissa per clienti residenziali e per clienti non residenziali.

Tabella 20 – Quote di mercato (ricavi) – residenziale

	Residenziale		Non residenziale	
	Telecom Italia	Altri	Telecom Italia	Altri
2004	93,02%	6,98%	94,91%	5,09%
2005	90,75%	9,25%	93,20%	6,80%
2006	87,45%	12,55%	86,20%	13,80%
2007	81,91%	18,09%	84,85%	15,15%

3.6.2. Controllo di infrastrutture difficili da duplicare

227. L'Autorità conferma le considerazioni espresse nel primo ciclo di analisi di mercato e ribadite in questa analisi in relazione ai Mercati 4 e 5, circa le difficoltà di duplicazione della rete di accesso dell'operatore *incumbent* da parte degli operatori alternativi. Per tali motivazioni, si ritiene che Telecom Italia continui a detenere un considerevole vantaggio competitivo per il controllo di infrastrutture non replicabili.

3.6.3. Economie di scala, densità e diversificazione

228. Sulla base delle stesse considerazioni espresse in relazione al Mercato 5, il mercato in esame risulta caratterizzato da notevoli economie di scala, densità e diversificazione che avvantaggiano ulteriormente l'*incumbent* rispetto agli altri operatori.

3.6.4. Contropotere da parte degli acquirenti

229. Il più volte evidenziato sviluppo delle offerte di servizi di ULL/SA nelle aree dove maggiore è la concentrazione abitativa, ha consentito agli operatori alternativi di sostituirsi all'*incumbent* nella fornitura di servizi di accesso. Nelle restanti parti del paese, i servizi di WLR e di *naked bitsream* consentono altresì agli operatori alternativi di sostituirsi all'*incumbent* (almeno dal punto di vista gestionale) nella fornitura di servizi di accesso. Tuttavia il fatto che la gestione tecnica del servizio rimanga totalmente (WLR) e prevalentemente (*naked bitstream*) nelle mani di Telecom Italia, influenza direttamente la capacità dell'operatore alternativo di proporre offerte di accesso competitive al cliente finale in tali aree. Infine, in considerazione della recente introduzione del WLR e del *naked bitstream*, una valutazione esaustiva dell'impatto competitivo di tali servizi sarà possibile solo quando gli stessi avranno avuto una maggiore diffusione.

3.6.5. Integrazione verticale

230. Telecom Italia è tuttora l'unico operatore verticalmente integrato lungo tutta la catena tecnologica e impiantistica a livello nazionale anche nei mercati al dettaglio dell'accesso alla rete telefonica pubblica da postazione fissa per clienti residenziali e per clienti non residenziali. Valgono , pertanto, le medesime considerazioni formulate per i Mercati 4 e 5.

3.6.6. Conclusioni sulla determinazione del significativo potere di mercato

231. L'analisi degli indicatori volti l'accertamento del significativo potere di mercato porta a concludere che nei mercati al dettaglio dell'accesso alla rete telefonica pubblica da postazione fissa per clienti residenziali e per clienti non residenziali non sussistano

condizioni di concorrenza effettiva e che l'operatore Telecom Italia detenga un significativo potere di mercato. L'Autorità ritiene che, in virtù della persistenza dell'elevato livello delle quote di mercato detenute da Telecom Italia e delle osservazioni svolte riguardo gli altri indicatori considerati, la valutazione circa la concorrenzialità del mercato ed il potere di mercato di Telecom Italia, non possa subire variazioni significative nell'orizzonte temporale considerato (18 mesi), al di là delle considerazioni svolte al successivo capitolo 4, in relazione all'impatto concorrenziale che gli Impegni assunti da Telecom Italia avranno sui mercati in esame.

D4. Si condividono le conclusioni raggiunte dall'Autorità in merito alla determinazione del significativo potere di mercato?

Le osservazioni degli operatori

D4.1. Tutti gli operatori che hanno partecipato alla consultazione pubblica condividono le conclusioni dell'Autorità in merito alla determinazione del SPM nel mercato dell'accesso fisico all'ingrosso alle infrastrutture di rete in postazione fissa. TI, tuttavia, ritiene che sia necessario monitorare lo sviluppo di reti alternative (in fibra ottica e *wireless*) da parte di altri operatori che potrebbero esercitare un vincolo concorrenziale sui servizi di *unbundling*.

D4.2. Gli operatori BT Italia, Fastweb, Tele 2, Tiscali, Vodafone e Wind condividono le conclusioni dell'Autorità in merito alla determinazione del SPM nel mercato dell'accesso a banda larga all'ingrosso. Tuttavia, a loro parere, il computo delle quote di mercato dovrebbe essere effettuato sulla base delle sole infrastrutture di accesso proprietarie, in virtù dell'asserita non sostituibilità tra i servizi *bitstream* di TI ed i servizi intermedi offerti dagli operatori alternativi. Ciò implicherebbe l'esclusione dell'autoproduzione basata su ULL dal calcolo delle quote di mercato, conducendo ad una sostanziale equivalenza fra le quote detenute dagli operatori alternativi nel mercato dell'accesso a banda larga e quelle nel mercato dell'accesso fisico all'ingrosso.

D4.3. I summenzionati operatori, inoltre, non condividono l'affermazione dell'Autorità secondo cui gli operatori che posseggono reti di accesso proprietarie o che ricorrono all' ULL/SA sono in grado, qualora raggiungano elevate quote di mercato, di realizzare, come l'*incumbent*, notevoli economie di densità. A loro parere, un operatore alternativo che non dispone di una rete di accesso con copertura analoga a quella dell'*incumbent* non potrà mai conseguire le medesime economie di scala/densità, qualunque sia l'ambito geografico considerato. Gli operatori alternativi ritengono, inoltre, che tale condizione non possa evolvere nell'orizzonte temporale della presente analisi di mercato, confermando, quindi, la dominanza assoluta dell'*incumbent* su tutti i mercati dell'accesso.

D4.4. TI, al contrario, non condivide le conclusioni dell'Autorità in merito alla valutazione della SMP nel mercato nazionale dell'accesso a banda larga all'ingrosso in quanto, come già riportato al punto D3.3, ritiene che il mercato debba essere segmentato geograficamente (e che il sottoinsieme più competitivo delle aree *unbundling* sia "effettivamente concorrenziale"). A livello nazionale, invece, la riduzione delle quote di mercato ed il miglioramento del contesto competitivo consentirebbe, a parere di TI, una riduzione della regolamentazione. TI, inoltre, ripropone le medesime considerazioni già riportate al punto D3.9 circa la necessità di utilizzare dati più aggiornati, a causa del rapido sviluppo del contesto competitivo verificatosi negli anni successivi al 2007.

D4.5.TI, infine, auspica che, se l'Autorità individuasse, nei mercati dell'accesso fisico alle infrastrutture di rete e dell'accesso a banda larga all'ingrosso, un segmento distinto per le infrastrutture in fibra ottica, tale segmento dovrebbe ritenersi "innovativo ed emergente". Pertanto su di esso, anche in ottica *forward-looking*, non si dovrebbe individuare alcun operatore in posizione di SMP.

D4.6. Tutti gli operatori coinvolti condividono le conclusioni dell'Autorità circa la determinazione del SPM nei mercati al dettaglio dell'accesso alla rete telefonica fissa per clienti residenziali e non residenziali.

D4.7. TI, inoltre, svolge alcune considerazioni trasversali a tutti i mercati analizzati. Secondo TI, l'Autorità avrebbe dovuto tenere conto degli Impegni nell'analisi SMP. TI sottolinea l'impatto pro competitivo degli Impegni in materia di parità di trattamento sui "mercati a valle" dei mercati dei servizi SMP forniti da Open Access. Grazie agli Impegni, secondo TI, si ridurrebbe il rischio di comportamenti discriminatori da parte dell'*incumbent*, si ridurrebbero le barriere all'entrata/espansione nei mercati che utilizzano come *input* i servizi di accesso SMP, si creerebbero maggiori incentivi per gli operatori ad avanzare lungo la "*ladder of investments*", si ridurrebbero i vantaggi da integrazione verticale, dal momento che gli impegni affrontano direttamente i problemi di discriminazione, accrescendo il contropotere di acquisto degli operatori alternativi.

D4.8. A parere di TI, è grazie alla regolamentazione dei servizi di accesso all'ingrosso imposta dall'Autorità ed agli Impegni da essa volontariamente assunti che il potere di mercato da essa detenuto nei mercati dell'accesso al dettaglio alla rete telefonica fissa e nel mercato dell'accesso a banda larga all'ingrosso risulta notevolmente inferiore a quello rilevato nel corso della prima analisi di mercato. La riduzione del potere di mercato, a parere di TI, dovrebbe essere riconosciuta dall'Autorità che dovrebbe conseguentemente, nella fase di individuazione dei *remedies*, adeguare la regolamentazione al nuovo contesto di mercato, anche nella direzione di una differenziazione geografica dei *remedies*. A questo medesimo proposito, gli operatori alternativi dichiarano che, a fronte delle oggettive criticità concorrenziali che caratterizzano il mercato dell'accesso alla rete fissa, appare necessario un intervento dell'Autorità volto a prevedere adeguati *remedies* declinati su base nazionale.

Le valutazioni dell'Autorità

D4.9.L'Autorità rileva un sostanziale accordo di tutti gli operatori circa la determinazione del SPM nel mercato dell'accesso fisico all'ingrosso alle infrastrutture di rete in postazione fissa.

D4.10. In relazione ai rilievi degli operatori alternativi, circa l'inclusione delle linee in auto-produzione basate su servizi di *unbundling* nel perimetro dei servizi sul quale calcolare le quote di mercato dei servizi di accesso a banda larga all'ingrosso, l'Autorità intende chiarire che l'inclusione nel mercato all'ingrosso non solo delle *merchant sales*, ma anche delle *captive sales* (costituite in larga misura da servizi autoprodotti grazie al ricorso all'*unbundling*) deriva dalla riscontrata esistenza di vincoli indiretti al comportamento di prezzo dell'impresa fornitrice dei servizi all'ingrosso derivanti dalla sostituibilità fra i servizi al dettaglio (cfr. punti 144-145). Del resto, è dall'esistenza di tali vincoli indiretti che deriva l'inclusione nel mercato della banda larga all'ingrosso dei servizi di accesso in tecnologia WLL ed in fibra, sulla quale gli operatori alternativi hanno espresso il proprio accordo.

D4.11. Con riferimento alla posizione di TI sul risultato dell'analisi SMP nel mercato dell'accesso a banda larga all'ingrosso, alla luce delle considerazioni di questa Autorità sulla dimensione geografica del mercato, e sulla base delle evidenze riscontrate nella valutazione del SPM, l'Autorità ribadisce la propria posizione circa il significativo potere di mercato detenuto dall'operatore *incumbent* sull'intero territorio nazionale.

D4.12. In relazione al rilievo degli operatori BT Italia, Fastweb, Tele 2, Tiscali, Vodafone e Wind, circa la possibilità per gli operatori alternativi di raggiungere economie di densità paragonabili a quelle dell'*incumbent*, l'Autorità chiarisce che tale possibilità discende dalla definizione stessa di economie di densità, ossia di economie riconducibili alla riduzione dei costi unitari derivante dalla densità di popolazione. Esse devono pertanto essere misurate sulla base della popolazione coperta da ogni singola centrale locale dell'*incumbent* (sulla quale è possibile che gli operatori alternativi detengano quote superiori a quelle dell'*incumbent*) e non sull'intera rete di quest'ultimo. La valutazione dell'Autorità è inoltre supportata dalla letteratura empirica relativa non solo all'industria delle telecomunicazioni, ma anche ad altre industrie di servizi a rete quali quella del trasporto e della fornitura elettrica.

D4.13. In relazione all'uso di dati relativi a periodi successivi all'anno 2007, l'Autorità riprende le considerazioni già riportate al punto D3.18 e ribadisce le proprie conclusioni circa la presenza di significativo potere di mercato dell'operatore *incumbent* in tutti i mercati considerati.

D4.14. In relazione al rilievo di Telecom Italia circa la necessità di considerare, nell'ambito dell'analisi del SPM, gli effetti derivanti dall'assunzione degli Impegni, l'Autorità, pur avendoli valutati come pro-competitivi, ritiene che una compiuta valutazione della loro effettiva capacità di influenzare il SMP potrà avvenire solo a valle della loro completa implementazione e che, pertanto, al momento sia difficile verificare

in che grado, anche in un'ottica *forward looking*, possano incidere sulla presenza di SPM nei mercati oggetto di analisi.

D4.15. L'Autorità rileva i commenti di tutti gli operatori sulla definizione dei *remedies* che saranno, tuttavia, oggetto di un successivo procedimento. Similmente, in relazione ai rilievi di TI sull'individuazione di un segmento di prodotto per l'accesso alle infrastrutture in fibra, l'Autorità valuterà in un successivo procedimento i *remedies* da applicare a tali servizi sulla base delle caratteristiche e delle peculiarità delle tecnologie in fibra ottica.

D4.16. Sulla base delle osservazioni riportate ai punti precedenti, l'Autorità conferma la propria posizione in merito alla definizione del significativo potere di mercato nei mercati all'ingrosso ed al dettaglio dell'accesso alla rete fissa.

4. GLI IMPEGNI DI TELECOM ITALIA E IL LORO IMPATTO SUI MERCATI ESAMINATI

232. Con la delibera n. 718/08/CONS dell'11 dicembre 2008 l'Autorità ha approvato gli impegni presentati da Telecom Italia il 24 luglio 2008, così come modificati successivamente alla consultazione pubblica in data 29 ottobre 2008 e, da ultimo, in data 5 dicembre 2008 a seguito delle richieste formulate dall'Autorità il 27 novembre 2008 (di seguito gli "Impegni").

233. Gli Impegni – che non costituiscono una modifica dei *remedies* esistenti ma un'assunzione volontaria di obblighi da parte di Telecom Italia – sono stati oggetto, nel procedimento conclusosi con la delibera n. 718/08/CONS, di una valutazione da parte di questa Autorità circa la loro idoneità a promuovere la concorrenza nei mercati coinvolti. La valutazione circa l'idoneità degli Impegni a risolvere eventuali problematiche concorrenziali esistenti viene, invece, affrontata nel momento in cui l'Autorità valuterà l'opportunità di mantenere, modificare o revocare gli obblighi regolamentari vigenti, tenendo nella dovuta considerazione i suddetti Impegni e gli effetti che questi ultimi potrebbero produrre nell'ambito dei mercati oggetto dell'analisi.

234. Nell'ambito di questa fase dell'analisi, volta all'individuazione dei mercati rilevanti ed alla valutazione del significativo potere di mercato, si ritiene comunque opportuno ribadire, con specifico riferimento ai mercati esaminati, le valutazioni di questa Autorità in merito all'impatto pro-concorrenziale degli Impegni, che sono state oggetto della delibera n. 718/08/CONS. La valutazione degli Impegni, infatti, rappresenta un elemento fondamentale sia per la valutazione in un'ottica forward looking del significativo potere di mercato sia per la valutazione dei rimedi che sarà oggetto di separata analisi.

235. Con riferimento ai mercati oggetto della presente analisi, gli Impegni avranno fondamentalmente un impatto sui mercati all'ingrosso dell'accesso alla rete fissa (Mercati n. 4 e n. 5) e, indirettamente, anche sui corrispondenti mercati al dettaglio (Mercato n. 1 e mercato della banda larga al dettaglio) in quanto, da un lato, costituiscono una più organica ed efficiente implementazione della regolamentazione vigente relativa a tali mercati e, dall'altro lato, rafforzano e completano gli obblighi regolamentari esistenti.

236. Prima di analizzare nello specifico l'impatto che i singoli gruppi di Impegni avranno sui singoli mercati oggetto di analisi, si sottolinea l'importanza che la creazione di "*Open Access*" – la nuova divisione di Telecom Italia, separata dal resto della società, dotata di proprio personale ed incaricata della gestione delle infrastrutture passive di rete – avrà sui meccanismi di separazione amministrativa previsti dalla delibera n. 152/02/CONS rafforzando, come si vedrà in seguito, le garanzie di parità di trattamento tra le funzioni commerciali di Telecom Italia ("TI *Retail*") e gli operatori alternativi che acquistano servizi di accesso all'ingrosso ("Operatori") attraverso l'istituzione di un nuovo sistema di incentivi, di un organo di vigilanza e di una contabilità separata con

dettagliati oneri di cessione interna. In particolare Telecom Italia *Wholesale* (TI *Wholesale*) continuerà ad agire come unico fornitore dei servizi di accesso all'ingrosso per gli Operatori ma si dovrà interfacciare, per tali servizi, con *Open Access* al pari di TI *Retail.* L'estensione a TI *Wholesale* dei principali meccanismi a tutela della parità di trattamento, previsti dagli Impegni per *Open Access,* consente di superare le eventuali criticità legate al mantenimento di TI *Wholesale* come interfaccia verso gli Operatori. Gli Impegni prevedono, inoltre, che qualsiasi revisione, modifica e/o riorganizzazione delle attività di *Open Access* e della funzione *Wholesale* debba essere approvata dall'Autorità.

237. E' altresì opportuno, in via preliminare, fare alcuni cenni relativamente all'istituzione del c.d. Organo di Vigilanza (ODV), oggetto del gruppo di impegni n. 7, che ha l'importante compito di vigilare sulla corretta esecuzione degli Impegni. L'ODV, pur essendo un organo interno di Telecom Italia, dovrà esercitare le proprie funzioni in assoluta indipendenza da quest'ultima. A garanzia di ciò gli Impegni prevedono che tre dei cinque membri di tale organo siano designati dall'Autorità, che tutti i componenti dell'organo possiedano adeguati requisiti di onorabilità, indipendenza e professionalità e che il mandato dell'ODV sia triennale e non rinnovabile. Si sottolinea, inoltre, che la funzione di vigilanza dell'ODV – complementare rispetto a quella dell'Autorità – non interferisce con i poteri di vigilanza e sanzionatori di cui l'Autorità dispone, i quali non sono stati oggetto di alcuna delega, implicita o esplicita, all'ODV stesso. Quest'ultimo, qualora accerti una violazione degli Impegni alla quale Telecom Italia non abbia posto rimedio nel termine dallo stesso stabilito, dovrà segnalare il suddetto comportamento all'Autorità che potrà, conseguentemente, esercitare i propri poteri di vigilanza e sanzionatori. Il funzionamento e le procedure dell'ODV saranno definite in dettaglio da Telecom Italia in un apposito regolamento che dovrà essere sottoposto all'approvazione dell'Autorità.

4.1. Impatto degli Impegni sul mercato dell'accesso all'ingrosso (fisico) alle infrastrutture di rete (ivi compreso l'accesso condiviso o pienamente disaggregato) in postazione fissa (Mercato 4)

238. Tra i mercati oggetto dell'analisi, il Mercato 4 rappresenta l'ambito in cui gli Impegni avranno una incidenza assai significativa, che si rifletterà, tuttavia, anche sui mercati a valle del Mercato 4 (Mercato 5, Mercato 1 e mercato della banda larga al dettaglio). Tra le misure di maggiore impatto su tale mercato rientrano indubbiamente l'istituzione del nuovo processo di *delivery* e del nuovo processo di gestione dei clienti *wholesale* che costituiscono il gruppo di impegni n. 1. Tali misure, pur confermando in molti punti la regolamentazione vigente (vedi Tabella 21), ne chiariscono ed ampliano la portata. Il nuovo sistema di *delivery* unitario che interesserà tutti i servizi di accesso disaggregato (incluso l'accesso condiviso), presenta, rispetto ai sistemi esistenti, nuove funzionalità, una struttura più coordinata ed efficiente nonché maggiori garanzie di trasparenza. In particolare il processo prevede che, per le attività di attivazione,

cessazione, variazione e migrazione dei suddetti servizi, gli ordini provenienti sia dagli Operatori che da TI *Retail* siano trattati con grado di priorità dipendente dall'ordine temporale di ricevimento ed organizzati in una serie di code differenziate in funzione della tipologia di servizio, del livello di qualità prescelto al momento dell'ordine e della complessità tecnica degli interventi correlati. Qualora, poi, l'ordine interessi linee per le quali non vi sia disponibilità di risorse sulla rete Telecom Italia, l'operatore interessato può richiedere di mantenere l'ordinativo in una lista di attesa (coda unica) in cui confluiscono analoghe richieste provenienti da tutti gli operatori, inclusa TI *retail,* in attesa degli interventi tecnici necessari. Inoltre, in relazione ai servizi di co-locazione, Telecom Italia adotterà una serie di misure volte a migliorare le condizioni di trasparenza dell'offerta.

239. L'altra misura rilevante oggetto del gruppo di impegni n. 1 è rappresentata dal nuovo Sistema CRM *Wholesale,* che integrerà in un unico ambiente operativo l'insieme delle funzionalità dei sistemi tecnico-commerciali denominati "*Pitagora*", relativi alle diverse famiglie di servizi intermedi, che si sono sviluppati nel corso del tempo in maniera indipendente. L'uso di tecnologie informatiche, che saranno integrate con le attuali interfacce *web* con la creazione di un nuovo portale *Wholesale*, consentirà di ottimizzare le modalità di fornitura e definire soluzioni gestionali in funzione delle esigenze dei singoli operatori, anche attraverso modalità di comunicazioni di tipo *business to business*. In particolare il nuovo portale *Wholesale* includerà le seguenti funzionalità *i*) la c.d. "Analisi di prevendita" del servizio che darà visibilità agli Operatori della disponibilità delle risorse necessarie alla conclusione dei contratti; *ii)* il c.d. "Supporto al *Delivery*" che consentirà la visibilità dello stato di lavorazione dei singoli ordini; *iii*) il c.d. "*Data Warehouse* KO" che raccoglierà le segnalazioni di scarto e relative causali consentendo l'analisi statistica delle criticità riscontrate nella fornitura dei servizi; *iv*) il c.d. "*Reporting Assurance*" attraverso il quale sarà possibile estrarre e analizzare le informazioni relative ai livelli qualitativi dell'erogazione del servizio, *v*) il "Supporto ai Servizi di Co-locazione" che consentirà l'accesso *on line* alla banca dati relativa alla disponibilità degli spazi di co-locazione ed alla banca dati degli studi di fattibilità. Alla luce di ciò si ritiene, dunque, che le misure di cui al gruppo di impegni n. 1, se implementate correttamente, possano apportare notevoli vantaggi sul piano pratico consentendo di accrescere l'efficacia, l'efficienza, la flessibilità e la trasparenza dei processi di fornitura dei servizi di accesso all'ingrosso.

240. L'istituzione di un nuovo sistema di incentivi e di un nuovo codice di comportamento sia per il personale di *Open Access* che di TI *Wholesale,* oggetto del gruppo di impegni n. 2, costituiscono anch'esse misure volte ad incidere positivamente sul mercato in questione. L'introduzione di incentivi legati alla parità di trattamento tra TI *Retail* e gli Operatori, alla soddisfazione del cliente ed alla qualità, alla sicurezza ed all'efficienza della rete di accesso, applicabili sia al *management* di *Open Access* che di *TI Wholesale*, costituiscono, infatti, un'innovazione rispetto alla regolamentazione vigente e, come già evidenziato nel punto 236 rappresentano uno strumento utile a rafforzare le garanzie di parità di trattamento. L'adozione da parte di Telecom Italia di

un “Codice Comportamentale” che stabilirà regole e procedure idonee ad assicurare il rispetto degli Impegni, aggiungendosi al codice di comportamento già adottato in ottemperanza a quanto previsto nella delibera n. 152/02/CONS, può invece costituire un utile mezzo volto ad assicurare il corretto adempimento degli Impegni da parte del *management* e del personale di TI *Wholesale* e di *Open Access*.

241. I processi di fornitura dei servizi di accesso disaggregato sono, inoltre, oggetto di un sistema di monitoraggio delle performance (Gruppo di impegni n. 3) che consentirà il confronto tra determinati indicatori di qualità relativi alle prestazioni rese da *Open Access* e dalle altre funzioni tecnologiche di Telecom Italia (KPI) ed i corrispondenti obiettivi annuali (KPO) e, allo stesso tempo, la verifica del rispetto della parità di trattamento interna-esterna. Tale sistema – che integra e amplia i sistemi di monitoraggio delle *performance* già previsti dalla regolamentazione vigente (vedi Tabella 21) – appare idoneo a dare una maggiore visibilità e trasparenza a tutte le fasi del processo di fornitura dei servizi in questione e, pertanto, a favorire l’individuazione ed il superamento di tutte quelle criticità legate alla qualità del servizio ed al rispetto dei principi di non discriminazione e di trasparenza. Telecom Italia, inoltre, produrrà una serie di relazioni periodiche contenenti i risultati delle rilevazioni non solo dei KPI e KPO ma anche degli indicatori previsti dalla delibera n. 152/02/CONS (Gruppo di impegni n. 4) che, rispetto a quanto già previsto dalla regolamentazione vigente (vedi Tabella 21), appaiono più incisive al fine di assicurare la trasparenza delle rilevazioni sulla qualità dei servizi di accesso forniti sia agli Operatori che a TI *retail* in considerazione della frequenza delle suddette relazioni, del maggiore dettaglio delle informazioni rilevate e dei destinatari di queste ultime (Organo di vigilanza, Operatori, Autorità).

242. Le misure oggetto del gruppo di impegni n. 5 e n. 6 sono volte a garantire la trasparenza dei piani tecnici per la qualità della rete fissa di accesso esistente e dei piani tecnici per lo sviluppo della nuova rete di accesso. Tali impegni integrano quanto previsto dalla regolamentazione vigente rappresentando un’ulteriore garanzia di parità di trattamento tra Operatori e TI *retail* considerata soprattutto la frequenza delle comunicazioni e l’ampiezza dell’oggetto delle stesse. In particolare, con riferimento ai servizi di cui al Mercato 4, si evidenzia che attraverso tali misure gli Operatori potranno conoscere gli interventi programmati da Telecom Italia al fine di superare la saturazione della rete di accesso esistente relativamente ai servizi xDSL, nonché la pianificazione delle attività previste per lo sviluppo della rete di nuova generazione in fibra. Tali piani, pur non essendo vincolanti per Telecom Italia, forniranno agli Operatori informazioni molto rilevanti ai fini della programmazione delle proprie attività. In particolare, conoscere con considerevole anticipo i programmi di evoluzione e innovazione della rete fissa di accesso costituisce un elemento di forte portata innovativa soprattutto in considerazione dell’avvento delle reti di nuova generazione.

243. I gruppi di Impegni n. 8, n. 9 e n. 10, che hanno una notevole incidenza sul Mercato 4, sono stati inseriti nella Proposta di Impegni da parte di Telecom Italia solo a seguito della richiesta di integrazione in tal senso fatta dall’Autorità con lettera del 27

novembre 2008 (prot. n. 75060/08/AGCOM). Si ritiene che tali gruppi di impegni, che vengono incontro a specifiche esigenze concorrenziali evidenziate dall'Autorità, rappresentano certamente misure pro-competitive, che tuttavia necessitano di essere adeguatamente implementate attraverso misure che dovranno essere adottare successivamente sia da Telecom che dall'Autorità.

244. Per quanto concerne il gruppo di impegni n. 8, volto anch'esso ad incrementare le garanzie della parità di trattamento, Telecom Italia – in risposta all'esigenza evidenziata dall'Autorità di dare una maggiore trasparenza alle condizioni economiche applicate da *Open Access* a TI *retail* ed agli Operatori, e dunque, di integrazione dei contratti di servizio previsti dalla delibera n. 152/02/CONS con le condizioni economiche praticate da Telecom Italia alle proprie divisioni interne (cd. oneri di cessione interna) – sottoporrà all'approvazione dell'Autorità proposte dettagliate contenenti i modelli relativi ai trasferimenti interni tra *Open Access* e le funzioni commerciali di Telecom Italia. Tale misura consentirà di attuare le previsioni generali fissate nelle delibere relative alle analisi di mercato che prevedono l'allineamento dei prezzi praticati esternamente ed i trasferimenti interni verso le direzioni commerciali di Telecom Italia. Nella medesima ottica ed al fine di assicurare una corretta contabilizzazione nonché un'equa ripartizione dei costi derivanti dal nuovo assetto divisionale (e dalla riorganizzazione dei sistemi informatici) fra Operatori e Telecom Italia, quest'ultima – rispondendo alla necessità rilevata dall'Autorità che, nell'ambito delle misure di separazione contabile attualmente vigenti, Telecom Italia predisponga e fornisca all'Autorità un sistema contabile separato per *Open Access* che consenta la verifica dell'equivalenza tra i *transfer charge* verso le proprie divisioni commerciali e le relative condizioni economiche praticate agli operatori alternativi – si è impegnata a sottoporre all'approvazione dell'Autorità una proposta dettagliata contenente il modello da seguire per la predisposizione della suddetta contabilità separata relativa ad *Open Access*. Tale gruppo di impegni appare idoneo a conferire una maggiore effettività agli obblighi di orientamento al costo.

245. Nell'ambito del gruppo di impegni n. 9 Telecom Italia presenterà un'offerta, sottoposta alla vigilanza dell'Autorità, per l'accesso e la condivisione delle infrastrutture passive. Tale misura – non presente nella regolamentazione vigente – si pone in sintonia con lo spirito della *Draft Recommandation* dalla Commissione Europea sulle reti di accesso di nuova generazione (NGAN) e costituisce un nucleo iniziale di previsioni atte a garantire pari opportunità a tutti gli operatori nello sviluppo delle reti di nuova generazione. In tale ottica la misura in questione deve ritenersi particolarmente incisiva per lo sviluppo concorrenziale del Mercato 4 nella fase di transizione alle reti di nuova generazione. Risulta inoltre funzionale a tale obiettivo anche l'adesione di Telecom Italia al *Comitato NGN Italia* nell'ambito del quale la stessa si impegna a presentare una proposta di linee guida per il processo di migrazione degli Operatori verso le reti di nuova generazione.

246. Infine l'adesione di Telecom Italia all'organismo che l'Autorità istituirà con il compito di risolvere le controversie di carattere tecnico-operativo relative ai servizi di

accesso alla rete (gruppo di impegni n. 10) appare indispensabile a garantire l'avvio delle attività ed il raggiungimento delle finalità di quest'organo volto a semplificare la gestione delle controversie tra operatori relative alle tematiche di gestione delle risorse della rete di accesso e garantire l'uniformità e la coerenza delle decisioni adottate nei suddetti casi.

247. La Tabella 21 sotto riportata illustra l'impatto che gli Impegni avranno sulla regolamentazione vigente relativa al Mercato 4.

Tabella 21 - Analisi dell'impatto degli Impegni sul Mercato 4

N.	Elementi di novità introdotte dagli Impegni	Regolamentazione vigente
1.1-1.4	**Nuovo processo di *Delivery*.** Tutti gli ordini provenienti sia dagli Operatori che da TI *Retail* continueranno ad essere trattati in base all'ordine temporale di ricevimento ma saranno organizzati in code differenziate in funzione della tipologia di servizio, del livello di qualità prescelto e della complessità tecnica degli interventi correlati.	Delibera 4/06/CONS art. 8, comma 1; Delibera 4/06/CONS art. 17 comma 14 (come modificato dall'art. 2 della Delibera 274/07/CONS).
1.5-1.6	**Coda unica in assenza di risorse di rete.** Gli Operatori, in caso di rifiuto dell'ordine per assenza di risorse di rete, possono richiedere di mantenere l'ordinativo in una lista di attesa (coda unica) in cui confluiscono analoghe richieste provenienti da tutti gli operatori inclusa TI *Retail* in attesa degli interventi tecnici necessari. In tali casi non sarà più necessario ripresentare l'ordine.	Delibera 4/06/CONS art. 17, commi 9 e 11 (come modificato dall'art. 2 della Delibera 274/07/CONS).
1.7	**Servizi di Co-locazione** Telecom Italia: *i)* definirà le procedure di risoluzione della saturazione degli spazi di co-locazione; *ii)* affiancherà agli attuali DB sugli spazi di co-locazione uno specifico DB recante informazioni sugli spazi in disponibilità a Telecom stessa; *iii*) introdurrà un'offerta di co-locazione completa di prezzi per servizi di co-locazione al di sotto di determinate soglie di costo di intervento; *iv*) presenterà *report* trimestrali sulle prestazioni conseguite nella fornitura dei servizi di co-locazione.	Delibera 4/06/CONS art. 4, comma 2; Delibera 4/06/CONS art. 27, commi 1 e 2; Delibera 4/06/CONS art. 5; Delibera 4/06/CONS art. 37, comma 7.
1.8-1.14	**CRM *wholesale*** Il nuovo sistema di CRM *wholesale* integra le funzionalità dei sistemi esistenti consentendo la comunicazione degli ordini anche attraverso meccanismi B2B ed assicurando un maggiore livello di dettaglio nel tracciamento degli ordini. Di particolare portata innovativa è l'istituzione del "*Data Warehouse* KO".	Delibera 4/06/CONS art. 27, commi 6 e 8 (analisi di prevendita). Delibera 4/06/CONS art. 17*bis,* comma 2 (come modificato dall'art. 2 della Delibera 274/07/CONS) (tracciabilità degli ordini). Delibera 4/06/CONS art. 39, comma 4 (*assurance*) Delibera 4/06/CONS art. 27, commi 1, 2, e 8 (supporto ai servizi di co-locazione).
2.1-2.2	**Sistema di Incentivi** Definisce gli obiettivi per il *management* delle funzioni *Wholesale* ed *Open Access* legati alla parità di trattamento interna-esterna, alla qualità, sicurezza e performance della rete di accesso, ed alla soddisfazione di tutti gli utenti finali.	Non presente tra gli obblighi regolamentari vigenti.
2.3-2.9	**Codice comportamentale** Tale codice, che si aggiunge al codice di condotta già adottato con riferimento alla delibera n. 152/02/CONS, stabilirà regole e procedure idonee ad assicurare il rispetto degli Impegni e si applicherà al *management* ed al personale sia di *Open Access* che della funzione *Wholesale*.	Codice di condotta adottato da Telecom nell'ambito delle misure attuative dell'art. 2 della Delibera 152/02/CONS.

N.	Elementi di novità introdotte dagli Impegni	Regolamentazione vigente
3.1-3.9	**Sistema di Monitoraggio** Le previsioni sul monitoraggio dei processi di *delivery*, *assurance* e disponibilità dei servizi di accesso disaggregato consentiranno di dettagliare, per tutti i servizi del Mercato 4, gli obblighi previsti dalla delibera n. 152/02/CONS. Le previsioni sul monitoraggio dei sistemi di gestione e assistenza *wholesale* (Gruppo KPI n. 4) presentano invece carattere innovativo.	Delibera 4/06/CONS art. 39 Delibera 152/02/CONS art. 2, commi 2, 5 ed allegato C. Delibera 4/06/CONS art. 20 *bis* comma 1 (introdotto dall'art. 2 della Delibera 274/07/CONS) .
4	**Reportistica sul sistema di monitoraggio** Telecom presenterà all'ODV: *a*) un report mensile sui risultati delle rilevazioni dei KPI; *b*) un report mensile sui risultati delle rilevazioni degli indicatori previsti dalla delibera n. 152/02/CONS. I dati dei report mensili *sub a*) saranno resi disponibili all'Autorità ad agli Operatori attraverso un report trimestrale. Telecom predisporrà un report annuale per l'ODV, l'Autorità e gli Operatori che riassumerà i risultati raggiunti nell'anno precedente con riferimento sia ai KPI che agli indicatori di cui alla delibera n. 152/02/CONS.	Delibera 152/02/CONS art. 2, comma 5; Delibera 4/06/CONS art. 20 *bis,* comma 2 (introdotto dall'art. 2 della Delibera 274/07/CONS) e art. 37, comma 7.
5	**Piani tecnici per la qualità della rete fissa di accesso e Piani tecnici per lo sviluppo della rete di accesso** I piani tecnici per la qualità integrano alcuni obblighi vigenti che prevedono che le informazioni sullo stato delle risorse di rete siano fornite solo su esplicita richiesta. I piani tecnici per lo sviluppo non sono presenti nella regolamentazione vigente**.**	Delibera 4/06/CONS art. 16, comma 4; art. 27, comma 7; art. 28.
7	**Organo di vigilanza** Organo di Telecom incaricato di vigilare, in assoluta indipendenza, sulla corretta esecuzione degli Impegni.	Non presente tra gli obblighi regolamentari vigenti.
8	**Comunicazione degli oneri di cessione interna e contabilità separata per *Open Access.*** Telecom sottoporrà all'approvazione dell'Autorità proposte dettagliate contenenti i modelli relativi ai trasferimenti interni tra *Open Access* e le proprie funzioni commerciali. Telecom predisporrà una contabilità separata per *Open Access* che costituisce una novità rispetto alla regolamentazione vigente.	Delibera 152/02/CONS art. 2, comma 2, lett. e), comma 4; art. 1 e Allegato A. Delibera 4/06/CONS art. 7, comma 1; art. 9, comma 5; art. 37, commi 3, lett. a) e 6. Delibera n. 83/06/CIR art. 2, comma 7; art. 7, comma 1.
9	**Condivisione delle infrastrutture passive.** Telecom si impegna a presentare un'offerta per l'accesso e la condivisione delle proprie infrastrutture passive e, in caso ciò non sia possibile, ad offrire l'accesso alla propria fibra spenta. **Comitato NGN.** Telecom si impegna ad aderire a tale comitato – non previsto nella regolamentazione vigente – ed a presentare, in tale ambito, una proposta di linee guida per il processo di migrazione degli Operatori verso le reti di nuova generazione.	Delibera 4/06/CONS art. 15.
10	**Adesione all'organismo incaricato di risolvere le controversie di carattere tecnico-operativo relative alla rete di accesso.** Organismo non previsto dalla regolamentazione vigente	Non presente tra gli obblighi regolamentari vigenti.

4.2. Impatto degli Impegni sul mercato dell'accesso a banda larga all'ingrosso (Mercato 5)

248. Per quanto concerne l'impatto sul Mercato 5 del gruppo di Impegni n. 1 si rimanda alle considerazioni sul nuovo processo di *delivery* e sul CRM *wholesale* svolte con riferimento al Mercato 4, in quanto tali misure riguardano anche i servizi di accesso a banda larga all'ingrosso. Per quanto concerne i servizi di co-locazione si evidenzia che tale offerta, sebbene prevalentemente indirizzata ai servizi di accesso disaggregato, risulta necessaria anche nell'ambito dell'interconnessione per servizi *bitstream* al fine di consentire l'installazione dei sistemi trasmissivi degli Operatori presso le centrali di Telecom Italia.

249. Anche i processi di fornitura dei servizi di accesso a banda larga all'ingrosso saranno oggetto del sistema di monitoraggio delle *performance* e delle garanzie di trasparenza di cui ai gruppi di impegni n. 3 e n. 4 relativamente ai quali valgono, quindi, le stesse considerazioni svolte relativamente al Mercato 4. Si evidenzia che tali misure hanno particolare rilievo per i servizi *bitstream* in quanto, trattandosi di servizi di più recente implementazione, necessitano, ancor più dei servizi di accesso disaggregato, di un costante monitoraggio nonché dell'individuazione di indicatori di prestazione più adeguati.

250. Sempre con riferimento ai servizi *bitstream*, si evidenzia inoltre che i piani tecnici per la qualità della rete fissa di accesso (gruppo di impegni n. 5) consentiranno agli Operatori di conoscere in anticipo quali aree saranno soggette ad interventi di desaturazione diventando, quindi, disponibili all'attivazione di nuove linee xDSL. Relativamente invece ai piani tecnici per lo sviluppo della rete fissa di accesso (gruppo di impegni n. 6) si evidenzia che attraverso tali piani gli Operatori potranno conoscere la disponibilità futura di accessi *bitstream* alle velocità più elevate (20 Mbp) verso le quali si concentrerà presumibilmente la domanda di mercato.

251. Con riferimento al gruppo di impegni n. 9 si ritiene che esso produca effetti sul Mercato 5 nella misura in cui prevede – oltre che l'adesione di Telecom Italia al *Comitato NGN Italia* – l'estensione degli Impegni ai servizi intermedi di accesso forniti mediante reti di nuova generazione, qualora l'Autorità imporrà a Telecom Italia, in qualità di operatore SPM, gli obblighi previsti dal quadro regolamentare.

252. Per quanto concerne i gruppi di Impegni n. 2, n. 7, n. 8 e n. 10 valgono, con riferimento al Mercato 5, tutte le considerazioni già svolte con riguardo al Mercato 4.

253. La Tabella 22 sotto riportata illustra l'impatto che gli Impegni avranno sulla regolamentazione vigente relativa al Mercato 5.

Tabella 22 - Analisi dell'impatto degli Impegni sul Mercato 5

N.	Elementi di novità introdotte dagli Impegni rispetto alla regolamentazione vigente	Regolamentazione vigente
1.1-1.4	**Nuovo processo di *Delivery*** Tutti gli ordini provenienti sia dagli Operatori che da TI *Retail* continueranno ad essere trattati in base all'ordine temporale di ricevimento ma saranno organizzati in code differenziate in funzione della tipologia di servizio, del livello di qualità prescelto e della complessità tecnica degli interventi correlati.	Delibera 34/06/CONS art. 4 comma 3 Delibera 4/06/CONS art. 17 comma 14 (come modificato dall'art. 2 della Delibera 274/07/CONS).
1.5-1.6	**Coda unica in assenza di risorse di rete** Gli Operatori, in caso di rifiuto dell'ordine per assenza di risorse di rete, possono richiedere di mantenere l'ordinativo in una lista di attesa (coda unica) in cui confluiscono analoghe richieste provenienti da tutti gli operatori inclusa TI *Retail* in attesa degli interventi tecnici necessari. In tali casi non sarà più necessario ripresentare l'ordine.	Delibera 4/06/CONS art. 17 comma 11 (come modificato dall'art. 2 della Delibera 274/07/CONS).
1.7	**Servizi di Co-locazione** Telecom Italia: *i)* si impegna definire procedure di risoluzione della saturazione degli spazi di co-locazione; *ii)* affiancherà agli attuali DB sugli spazi di co-locazione uno specifico DB recante informazioni sugli spazi in disponibilità a Telecom stessa; *iii*) introdurrà un'offerta di co-locazione completa di prezzi per servizi di co-locazione al di sotto di determinate soglie di costo di intervento; *iv*) presenterà *report* trimestrali sulle prestazioni conseguite nella fornitura dei servizi di co-locazione.	Delibera 4/06/CONS art. 4, comma 2; Delibera 4/06/CONS art. 27, commi 1 e 2; Delibera 4/06/CONS art. 5; Delibera 4/06/CONS art. 37, comma 7.
1.8-1.14	**CRM *wholesale*** Il nuovo sistema di CRM *wholesale* integra le funzionalità dei sistemi esistenti consentendo la comunicazione degli ordini anche attraverso meccanismi B2B ed assicurando un maggiore livello di dettaglio nel tracciamento degli ordini. Di particolare portata innovativa è l'istituzione del "*Data Warehouse* KO".	Delibera 249/07/CONS art. 14 comma 5; Delibera 4/06/CONS art. 17*bis* comma 2 (introdotto dall'art. 2 della Delibera 274/07/CONS) e Delibera 249/07/CONS art. 21, comma 5 (tracciabilità degli ordini); Delibera 4/06/CONS art. 27, commi 5, 6, 8 e Delibera 249/07/CONS art. 9 (analisi di prevendita). Delibera 4/06/CONS art. 27, comma 1, 2, e 8 (Supporto ai servizi di co-locazione).
2.1-2.2	**Sistema di Incentivi** Definisce gli obiettivi per il *management* delle funzioni *Wholesale* e *Open Access* legati alla parità di trattamento interna-esterna, alla qualità, sicurezza e performance della rete di accesso, ed alla soddisfazione di tutti gli utenti finali.	Non presente tra gli obblighi regolamentari vigenti.
2.3-2.9	**Codice comportamentale** Tale codice, che si aggiunge al codice di condotta già adottato con riferimento alla delibera n. 152/02/CONS, stabilirà regole e procedure idonee ad assicurare il rispetto degli Impegni e si applicherà al *management* ed al personale sia di *Open Access* che della funzione *Wholesale*.	Codice di condotta adottato da Telecom nell'ambito delle misure attuative dell'art. 2 della Delibera 152/02/CONS.
3.1-3.9	**Sistema di Monitoraggio** Le previsioni sul monitoraggio dei processi di *delivery*, *assurance* e disponibilità dei servizi consentiranno di dettagliare gli obblighi previsti dalla delibera n. 152/02/CONS estendendoli a tutti servizi relativi al mercato 5. Le previsioni sul monitoraggio dei sistemi di gestione e assistenza *wholesale* (Gruppo KPI n. 4) presentano invece carattere innovativo.	Delibera 34/06/CONS art. 9 comma 7 (allegato B1) e Delibera 249/07/CONS art. 16, 17 e 18; Delibera 152/02/CONS art. 2, comma 2, 5 ed allegato C. Delibera 4/06/CONS art. 20 *bis*, comma 1, (introdotto dall'art. 2 della Delibera 274/07/CONS); Delibera 34/06/CONS art. 9, comma 5;

N.	Elementi di novità introdotte dagli Impegni rispetto alla regolamentazione vigente	Regolamentazione vigente
4	**Reportistica sul sistema di monitoraggio** Telecom presenterà all'ODV: *a*) un report mensile sui risultati delle rilevazioni dei KPI; *b*) un report mensile sui risultati delle rilevazioni degli indicatori previsti dalla delibera n. 152/02/CONS. I dati dei report mensili *sub a*) saranno resi disponibili all'Autorità ad agli Operatori attraverso un report trimestrale. Telecom predisporrà un report annuale per l'ODV, l'Autorità e gli Operatori che riassumerà i risultati raggiunti nell'anno precedente con riferimento sia ai KPI che agli indicatori di cui alla delibera n. 152/02/CONS.	Delibera 152/02/CONS art. 2 comma 5 Delibera 4/06/CONS art. 20 *bis,* comma 2 (introdotto dall'art. 2 della Delibera 274/07/CONS); Delibera 34/06/CONS art. 9, comma 5;
5-6	**Piani tecnici per la qualità della rete fissa di accesso e Piani tecnici per lo sviluppo della rete di accesso.** I piani tecnici per la qualità integrano alcuni obblighi vigenti che prevedono che le informazioni su alcune attività di aggiornamento della rete siano fornite solo su esplicita richiesta. I piani tecnici per lo sviluppo non sono presenti nella regolamentazione vigente.	Delibera 249/07/CONS art. 14, comma 5; Delibera 4/06/CONS art. 27, comma 7.
7	**Organo di vigilanza** Organo di Telecom incaricato di vigilare, in assoluta indipendenza, sulla corretta esecuzione degli Impegni.	Non presente tra gli obblighi regolamentari vigenti.
8	**Comunicazione degli oneri di cessione interna e contabilità separata per *Open Access*** Telecom sottoporrà all'approvazione dell'Autorità proposte dettagliate contenenti i modelli relativi ai trasferimenti interni tra *Open Access* e le proprie funzioni commerciali. Telecom predisporrà una contabilità separata per *Open Access* che costituisce una novità rispetto alla regolamentazione vigente.	Delibera 152/02/CONS art.2, comma 2, lett. e), comma 4, art. 1 ed allegato A; Delibera 34/06/CONS art. 11; Delibera 249/07/CONS, Allegato C.
9	**Estensione degli Impegni ai servizi intermedi di accesso forniti mediante reti NGAN.** Gli Impegni si applicano anche ai servizi *bitstream* su NGAN per i quali l'Autorità, in esito alle analisi di mercato, imporrà a Telecom, in qualità di operatore SPM, un obbligo di fornitura a condizioni non discriminatorie. **Comitato NGN.** Telecom si impegna ad aderire a tale comitato ed a presentare, in tale ambito, una proposta di linee guida per il processo di migrazione degli Operatori verso le reti di nuova generazione.	Non presente tra gli obblighi regolamentari vigenti.
10	**Adesione all'organismo incaricato di risolvere le controversie di carattere tecnico-operativo relative alla rete di accesso.** Organismo non previsto della regolamentazione vigente.	Non presente tra gli obblighi regolamentari vigenti.

4.3. Impatto degli Impegni sui servizi regolati nell'ambito dei mercati dell'accesso al dettaglio alla rete telefonica pubblica in postazione fissa rispettivamente per clienti residenziali e non residenziali (Mercato 1) e sul mercato dell'accesso a banda larga al dettaglio

254. Gli Impegni incidono in modo diretto sulla fornitura di tutti i servizi all'ingrosso tra cui rientrano anche i servizi di *Wholesale Line Rental* (WLR) regolamentati nell'ambito delle analisi di mercato relative ai servizi al dettaglio che oggi costituiscono

il Mercato 1 (Delibera n. 33/06/CONS). Ai fini della fornitura del servizio WLR rilevano prevalentemente i gruppi di impegni n. 1, n. 3, n. 4 e n. 8 che includono previsioni espressamente rivolte a tale servizio. Relativamente ai gruppi di impegni n. 2, n. 7 e n. 10, che hanno valenza generale, valgono le stesse considerazioni espresse per i Mercati n. 4 e n. 5. Non hanno invece impatto sul servizio in questione le previsioni relative ai restanti gruppi di impegni.

255. La Tabella 23 sotto riportata illustra l'impatto che gli impegni avranno sulla regolamentazione vigente relativa al servizio WLR.

Tabella 23 - Analisi dell'impatto degli Impegni sul Mercato 1

N.	Elementi di novità introdotte dagli Impegni rispetto alla regolamentazione vigente.	Regolamentazione vigente
1.1-1.4	**Nuovo processo di *Delivery*.** Tutti gli ordini provenienti sia dagli Operatori che da TI *Retail* continueranno ad essere trattati in base all'ordine temporale di ricevimento ma saranno organizzati in code differenziate in funzione della tipologia di servizio, del livello di qualità prescelto e della complessità tecnica degli interventi correlati.	Delibera n. 4/06/CONS art. 17, comma 14 (come modificato dall'art. 2 della Delibera 274/07/CONS).
1.5-1.6	**Coda unica in assenza di risorse di rete.** Gli Operatori, in caso di rifiuto dell'ordine per assenza di risorse di rete, possono richiedere di mantenere l'ordinativo in una lista di attesa (coda unica) in cui confluiscono analoghe richieste provenienti da tutti gli operatori inclusa TI *Retail* in attesa degli interventi tecnici necessari. In tali casi non sarà più necessario ripresentare l'ordine.	Delibera n. 33/06/CONS, art. 7, comma 3; Delibera 4/06/CONS art. 17, comma 11 (come modificato dall'art. 2 della Delibera 274/07/CONS); Delibera 694/06/CONS art. 18, comma 1, lett. f) e j).
1.7	**Servizi di Co-locazione** Telecom Italia: *i)* si impegna definire procedure di risoluzione della saturazione degli spazi di co-locazione; *ii)* affiancherà agli attuali DB sugli spazi di co-locazione introducendo uno specifico DB recante informazioni sugli spazi in disponibilità a Telecom stessa; *iii*) introdurrà un'offerta di co-locazione completa di prezzi per servizi di co-locazione al di sotto di determinate soglie di costo di intervento; *iv*) presenterà *report* trimestrali sulle prestazioni conseguite nella fornitura dei servizi di co-locazione.	Delibera 4/06/CONS art. 4, comma 2; Delibera 4/06/CONS art. 27, commi 1 e 2; Delibera 4/06/CONS art. 5; Delibera 4/06/CONS art. 37, comma 7.
1.8-1.14	**CRM *wholesale*** Il nuovo sistema di CRM *wholesale* integra le funzionalità dei sistemi esistenti consentendo la comunicazione degli ordini anche attraverso meccanismi B2B ed assicurando un maggiore livello di dettaglio nel tracciamento degli ordini. Di particolare portata innovativa è l'istituzione del "*Data Warehouse* KO".	Delibera 33/06/CONS art. 14, art. 13 comma 2; Delibera 694/06/CONS art. 11, comma 4; art. 12, comma 2; art. 13, comma 1 e 3; Delibera 4/06/CONS art. 17*bis,* comma 2 (introdotto dall'art. 2 della Delibera 274/07/CONS); Delibera 4/06/CONS art. 27 commi 1, 2 e 8 (supporto ai servizi di co-locazione).
2.1-2.2	**Sistema di Incentivi** Definisce gli obiettivi per il *management* delle funzioni *Wholesale* e *Open Access* legati alla parità di trattamento interna-esterna, alla qualità, sicurezza e performance della rete di accesso, ed alla soddisfazione di tutti gli utenti finali.	Non presente tra gli obblighi regolamentari vigenti
2.3-2.9	**Codice comportamentale** Tale codice, che si aggiunge al codice di condotta già adottato con riferimento	Codice di condotta adottato da Telecom nell'ambito delle misure attuative dell'art.

N.	Elementi di novità introdotte dagli Impegni rispetto alla regolamentazione vigente.	Regolamentazione vigente
	alla delibera 152/02/CONS, stabilirà regole e procedure idonee ad assicurare il rispetto degli Impegni e si applicherà al *management* ed al personale sia di *Open Access* che della funzione *Wholesale*.	2 della Delibera 152/02/CONS.
3.1-3.9	**Sistema di Monitoraggio** Le previsioni sul monitoraggio dei processi di *delivery*, *assurance* e disponibilità dei servizi consentiranno di dettagliare gli obblighi previsti dalla delibera n. 152/02/CONS estendendoli ai servizi WLR. Le previsioni sul monitoraggio dei sistemi di gestione e assistenza *wholesale* (Gruppo KPI n. 4) presentano invece carattere innovativo.	Delibera 33/06/CONS art. 15, commi 1 e 2; Delibera 694/06/CONS art. 14 (tempi di attivazione e riparazione guasti); Delibera 4/06/CONS art. 20 *bis,* comma 1 (introdotto dall'art. 2 della Delibera 274/07/CONS);
4	**Reportistica sul sistema di monitoraggio** Telecom presenterà all'ODV: *a*) un report mensile sui risultati delle rilevazioni dei KPI; *b*) un report mensile sui risultati delle rilevazioni degli indicatori previsti dalla delibera n. 152/02/CONS; I dati dei report mensili *sub a*) saranno resi disponibili all'Autorità ad agli Operatori attraverso un report trimestrale. Telecom predisporrà un report annuale per l'ODV, l'Autorità e gli Operatori che riassumerà i risultati raggiunti nell'anno precedente con riferimento sia ai KPI che agli indicatori di cui alla delibera n. 152/02/CONS.	Delibera 33/06/CONS art. 15, commi 1, 2; Delibera 694/06/CONS art. 10,, commi 11 e 12; art. 28; Delibera 4/06/CONS art. 20 *bis,* comma 2 (introdotto dall'art. 2 della Delibera 274/07/CONS);
7	**Organo di vigilanza** Organo di Telecom incaricato di vigilare, in assoluta indipendenza, sulla corretta esecuzione degli Impegni.	Non presente tra gli obblighi regolamentari vigenti.
8	**Comunicazione degli oneri di cessione interna e contabilità separata per *Open Access*** Telecom sottoporrà all'approvazione dell'Autorità proposte dettagliate contenenti i modelli relativi ai trasferimenti interni tra *Open Access* e le proprie funzioni commerciali. La previsione di una contabilità separata per *Open Access* costituisce una novità rispetto alla regolamentazione vigente.	Delibera n. 33/06/CONS art. 8, 16 e 18 comma 2; Delibera n. 694/06/CONS art. 26; Delibera 152/02/CONS art.2, comma 2, lett. e), comma 4, art. 1 ed allegato A
10	**Adesione all'organismo incaricato di risolvere le controversie di carattere tecnico-operativo relative alla rete di accesso.** Organismo non previsto della regolamentazione vigente	Non presente tra gli obblighi regolamentari.

256. Da ultimo occorre rilevare che gli Impegni non hanno unicamente impatto sui servizi di accesso all'ingrosso ma, indirettamente, anche sui mercati al dettaglio dell'accesso a banda stretta (Mercato 1) e sul mercato al dettaglio della banda larga attualmente non sottoposto a regolamentazione. Il miglioramento generale legato alla riorganizzazione dei processi di fornitura dei servizi di accesso intermedi agevolerà, infatti, la competizione nei suddetti mercati finali. Inoltre, con riferimento a tali mercati, si rileva che la creazione da parte di Telecom Italia di una unità che gestirà in modo centralizzato le istanze di conciliazione presentate dai clienti con particolare riferimento ai servizi non richiesti (gruppo di impegni n. 14) favorirà una più celere ed efficiente definizione delle controversie tra Telecom Italia ed i clienti finali. Inoltre il divieto per i tecnici di rete di *Open Access* di operare vendite di servizi ai clienti finali (Gruppo di impegni n. 11) rafforza le garanzia di parità di trattamento di cui alla delibera n. 152/02/CONS. Da ultimo si rileva che il gruppo d'impegni n. 12, consentendo ai tecnici di rete di Telecom di raccogliere segnalazioni in materia di servizi non richiesti,

integrerà il funzionamento dei meccanismi di monitoraggio garantendo una migliore trasparenza sul comportamento degli operatori sul mercato.

257. Alla luce di quanto sopra e conformemente a quanto già affermato all'esito del procedimento conclusosi con delibera n. 718/08/CONS si ribadisce che gli Impegni rappresentano un elemento utile per la concorrenza nel settore e, in particolare, dei mercati oggetto della presente analisi. Tali misure si presentano, infatti, idonee a migliorare e rendere più incisivi certi meccanismi di separazione amministrativa già presenti nella delibera n. 152/02/CONS, con la finalità di *i*) garantire l'efficacia del principio di parità di trattamento, *ii*) assicurare la soddisfazione degli Operatori e dei clienti finali mediante lo sviluppo ed il miglioramento qualitativo della rete di accesso e dei relativi servizi, *iii*) favorire una maggiore trasparenza per gli Operatori dell'evoluzione della rete fissa di accesso soprattutto in vista della transizione alle reti di nuova generazione.

258. Alla luce della positiva valutazione di cui al paragrafo precedente, l'Autorità – nell'ambito delle successive fasi del procedimento di analisi dei mercati – considererà i possibili effetti dell'esecuzione dei suddetti Impegni nei singoli mercati in esame al fine di stabilire se mantenere, modificare o revocare la regolamentazione vigente.

Tutto ciò premesso e considerato,

VISTA la lettera della Commissione Europea SG-Greffe (2009) D/2188 C(2009) 2952 del 14 aprile 2009 relativa allo schema di provvedimento concernente "Identificazione e analisi dei mercati dell'accesso alla rete fissa (mercati n. 1,4 e 5 fra quelli individuati dalla Raccomandazione 2007/879/CE)" adottato dall'Autorità in data 4 marzo 2009 e notificato alla Commissione europea ed ai Paesi membri in data 5 marzo 2009;

CONSIDERATO che la Commissione europea ha espresso alcune perplessità circa l'inclusione, nei mercati al dettaglio esaminati, dei prodotti per l'accesso a banda larga che consentono di effettuare/ricevere chiamate VoIP di tipo *managed,* in quanto tale inclusione non sarebbe fondata su una soddisfacente analisi di sostituibilità tra prodotti per l'accesso a banda stretta e prodotti per l'accesso a banda larga. Considerato, in ogni caso che la Commissione ha rilevato come la definizione del mercato possa essere lasciata aperta, dal momento che l'inclusione di tali prodotti nel mercato n. 1 non determina alcun impatto sulla designazione dell'operatore avente un significativo potere di mercato, ed avendo assunto che - in sede di definizione dei corrispondenti rimedi - l'Autorità terrà conto della specificità dei servizi di accesso a larga banda che consentono le chiamate VoIP;

CONSIDERATO, inoltre, che la Commissione europea ha espresso dubbi in merito alla inclusione da parte dell'Autorità nel mercato n. 5 dei servizi di accesso WLL sottolineando che, a suo avviso, in presenza di prove che escludano la sostituibilità dal lato della domanda a livello *wholesale*, i vincoli concorrenziali indiretti esercitati dalle offerte WLL al dettaglio dovrebbero piuttosto essere presi in considerazione nell'ambito

della valutazione del significativo potere di mercato. La Commissione ha, tuttavia, affermato che, nel caso in esame, l'esclusione dal mercato del prodotto rilevante dell'accesso ad alta velocità all'ingrosso fornito mediante reti *wireless* non comporterebbe risultati differenti nell'analisi del significativo potere di mercato e che di conseguenza, una valutazione conclusiva sull'esatta definizione del mercato non è rilevante ai fini dell'analisi del significativo potere di mercato;

CONSIDERATO, altresì, che la Commissione, in merito alla definizione geografica del mercato dell'accesso a banda larga, ha sottolineato che "*l'assenza di interventi per affrontare tali problemi di concorrenza mediante rimedi differenziati nell'ambito di un mercato rilevante definito deve essere adeguatamente motivata*" e che "*sulla base delle informazioni fornite da AGCOM nella sua notifica, qualsiasi differenziazione dei rimedi non sembra essere giustificabile*". In ogni caso la Commissione ha invitato l'Autorità "*a proseguire il monitoraggio degli indicatori pertinenti e delle tendenze in materia di concorrenza nelle differenti zone italiane al fine di determinare, nel prossimo riesame del mercato, se le condizioni di concorrenza siano ancora sufficientemente omogenee per parlare di un mercato nazionale, in linea con i principi del diritto della concorrenza*";

RITENUTO di condividere tutte le richiamate osservazioni della Commissione, le quali, peraltro, non contemplano alcuna modifica all'impostazione seguita dall'Autorità con riguardo tanto alla definizione dei mercati rilevanti quanto all'individuazione di imprese con significativo potere di mercato;

CONSIDERATO che, con riguardo agli aspetti segnalati dalla Commissione in relazione agli obblighi da definire nei mercati oggetto della presente analisi, l'Autorità terrà nella massima considerazione le osservazioni formulate dalla Commissione, nell'ambito del provvedimento con cui saranno definite le misure regolamentari per i mercati dell'accesso alla rete fissa;

CONSIDERATO, infine, che la Commissione, oltre ad esortare l'Autorità a notificare i rimedi senza indugio, ha altresì richiesto all'Autorità di indicare, nell'ambito di tale futura notifica dei rimedi, gli Impegni di Telecom Italia come parte dei rimedi stessi e di analizzare in che misura gli Impegni in questione potrebbero contribuire ad affrontare i problemi di concorrenza identificati e a facilitare l'applicazione di altri rimedi imposti, o che si prevede di imporre, in capo a Telecom Italia;

RITENUTO che l'Autorità è in procinto, con apposito provvedimento, di definire i rimedi per il mercato dell'accesso in esame e che in tale contesto verranno esplicitate le relazioni che intercorrono tra gli Impegni di Telecom Italia e i corrispondenti obblighi regolamentari che l'Autorità stabilirà in capo a Telecom Italia;

RILEVATO, in conclusione, che la Commissione ha concluso che, secondo quanto stabilito dall'articolo 7, comma 5, della Direttiva 2002/21/EC, l'Autorità può adottare la decisione finale dovendo, in tal caso, comunicarla alla Commissione;

VISTO il parere dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM), pervenuto in data 20 aprile 2009, relativo allo schema di provvedimento concernente "Identificazione e analisi dei mercati dell'accesso alla rete fissa (mercati n. 1,4 e 5 fra quelli individuati dalla Raccomandazione 2007/879/CE)" adottato dall'Autorità in data 4 marzo 2009 e trasmesso all'AGCM in data 6 marzo 2009;

CONSIDERATO che l'AGCM, con riferimento al mercato n. 1, concorda con l'Autorità circa l'individuazione di due distinti mercati rilevanti con riferimento alla clientela residenziale e non residenziale, nonché circa l'inclusione nei suddetti mercati sia degli accessi *broadband* per i servizi VoIP in decade zero e di tipo *managed,* sia delle tecnologie di accesso diverse dal rame, pur sottolineando l'esigenza che l'Autorità, in sede di definizione dei rimedi, tenga in considerazione le specificità tecniche ed economiche delle offerte relative ai servizi VoIP sopra citati, nonché il reale stato di avanzamento dello sviluppo delle tecnologie di accesso diverse dal rame, con particolare riguardo alle reti in fibra ottica;

CONSIDERATO, inoltre, che, con riferimento ai mercati n. 4 e 5, l'AGCM concorda con l'Autorità circa l'inclusione nei suddetti mercati anche delle tecnologie in fibra ottica e *wireless* fisse, soprattutto alla luce dello sviluppo delle reti di nuova generazione ed auspica che l'Autorità, in sede di definizione dei rimedi sul mercato n. 4, adotti le misure pro concorrenziali più idonee, contemperando l'esigenza di garantire l'effettivo sviluppo delle reti di nuova generazione e quella di tutelare gli investimenti fatti dagli operatori alternativi sulle infrastrutture tradizionali;

CONSIDERATO altresì che, in merito alla definizione geografica dei mercati in esame, l'AGCM condivide l'orientamento dell'Autorità e, con particolare riferimento al mercato n. 5, afferma di condivide l'esigenza espressa dall'Autorità di monitorare su tale mercato le condizioni competitive su dimensione sub-nazionale, non potendosi escludere l'eventualità che in futuro si possa pervenire ad una definizione del perimetro geografico diversa da quella nazionale;

CONSIDERATO, infine, che l'AGCM, in relazione all'individuazione delle condizioni di concorrenzialità nel mercato, condivide pienamente le conclusioni dell'Autorità e sottolinea la necessità che l'Autorità, nel momento della definizione dei rimedi, verifichi lo stato di implementazione degli Impegni di Telecom Italia al fine di valutare il loro effettivo impatto competitivo sui mercati oggetto dell'analisi;

RITENUTO di condividere le osservazioni formulate dall'AGCM, le quali non contestano in alcun modo le conclusioni cui è pervenuta l'Autorità in merito alla definizione dei mercati rilevanti in esame ed alla contestuale identificazione di Telecom Italia quale operatore detentore di significativo potere di mercato;

UDITA la relazione dei Commissari Nicola D'Angelo e Enzo Savarese, relatori ai sensi dell'articolo 29 del Regolamento concernente l'organizzazione ed il funzionamento dell'Autorità;

DELIBERA

Capo 1
DEFINIZIONE DEL MERCATO RILEVANTE E VALUTAZIONE DEL SIGNIFICATIVO POTERE DI MERCATO

Art. 1
DEFINIZIONI

1. Ai fini del presente provvedimento si intende per:

   a. "Autorità": Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, istituita dall'art. 1, comma 1, della legge 31 luglio 1997, n. 249;

   b. "operatore alternativo": impresa autorizzata a fornire una rete pubblica di comunicazioni, o una risorsa correlata, diversa dall'operatore notificato (*Other Authorised Operators* o OAOs);

   c. "clienti residenziali": le persone fisiche residenti in abitazioni private che generalmente acquistano i servizi per finalità diverse da quelle imprenditoriali o professionali e che riportano il proprio codice fiscale sul contratto sottoscritto con l'operatore;

   d. "clienti non residenziali": le persone giuridiche che acquistano i servizi per finalità di tipo imprenditoriale o professionale e che riportano sul contratto la partita IVA;

   e. "servizi correlati": servizi associati alla funzione d'uso dell'accesso alla rete telefonica pubblica in postazione fissa, ovvero quella di effettuare e/o ricevere chiamate telefoniche;

   f. "rete locale": il circuito fisico che collega il punto terminale della rete presso il domicilio dell'abbonato al permutatore o a un impianto equivalente nella rete telefonica fissa;

   g. "sottorete locale": una rete locale parziale che collega il punto terminale della rete nella sede dell'abbonato ad un punto di concentrazione o ad un determinato punto di accesso intermedio della rete telefonica pubblica fissa;

   h. "servizio di accesso completamente disaggregato alla rete locale" (c.d. *unbundling* o ULL): consiste nella fornitura dell'accesso alla rete locale dell'operatore di accesso e nell'uso dell'intero spettro delle frequenze disponibile;

   i. "servizio di "accesso disaggregato alla sottorete locale" (c.d. *sub-loop unbundling*): consiste nella fornitura dell'accesso alla sottorete locale dell'operatore di accesso e consente l'uso dell'intero spettro delle frequenze disponibile;

j. “servizio di ‘accesso condiviso’ (c.d. *shared access*)” consiste nella fornitura dell’accesso alla porzione superiore dello spettro disponibile sulla rete locale dell'operatore di accesso. La porzione inferiore dello spettro continua ad essere utilizzata per la fornitura di servizi di fonia vocale.

k. “servizio di “*unbundling* dati”: consiste nella fornitura dell'accesso alla porzione superiore dello spettro disponibile sulla rete locale dell'operatore di accesso. In questo caso la porzione inferiore dello spettro non viene utilizzata per la fornitura al pubblico di servizi di fonia vocale.

l. “servizio di “*unbundling* virtuale”: servizio che consente ad un operatore di offrire alla propria clientela servizi voce e dati mediante l’acquisizione della gestione commerciale del cliente finale, che continua a rimanere fisicamente attestato alla rete dell’operatore di accesso;

m. “servizio di co-locazione”: servizio che consente ad un operatore alternativo di disporre di spazi presso le centrali dell’operatore notificato equipaggiati per l'attestazione di collegamenti fisici e per l'installazione di telai idonei ad alloggiare apparati e cavi;

n. “Wholesale Line Rental” (di seguito WLR): servizio di rivendita del canone all’ingrosso;

o. “servizio *bitstream* (o di flusso numerico)”: servizio consistente nella fornitura da parte dell’operatore di accesso della rete telefonica pubblica fissa della capacità trasmissiva tra la postazione di un utente finale ed il punto di presenza di un operatore o ISP che vuole offrire il servizio a banda larga all’utente finale;

p. “servizio *naked bitstream*”: servizio *bitstream* offerto su linea non attiva, o su linea sulla quale il servizio di accesso in fonia è stato cessato dall’utente finale in seguito all’attivazione del servizio *bitstream*;

q. “DSLAM”: elemento di commutazione e multiplazione presente nella centrale di stadio di linea che implementa le tecniche trasmissive xDSL sulle linee di accesso in rame. Per la tecnologia HDSL e per gli accessi in fibra ottica sono previsti nella centrale di stadio di linea apparati trasmissivi separati e dedicati.

r. “*parent switch*”: primo elemento di commutazione dati, in tecnologia ATM o Gigabit Ethernet, a cui i DSLAM e gli apparati di commutazione e multiplazione in centrale di stadio di linea sono interconnessi;

s. “*distant switch*”: elemento di commutazione dati, in tecnologia ATM o Gigabit Ethernet, a cui sono direttamente interconnessi più *parent switch*.

Art. 2
IDENTIFICAZIONE DEI MERCATI RILEVANTI

1. Sono identificati i seguenti quattro mercati rilevanti: *i*) mercato dell'accesso alla rete telefonica pubblica in postazione fissa per clienti residenziali; *ii*) mercato dell'accesso alla rete telefonica pubblica in postazione fissa per clienti non residenziali; *iii*) mercato dell'accesso all'ingrosso (fisico) alle infrastrutture di rete (ivi compreso l'accesso condiviso o pienamente disaggregato) in postazione fissa; *iv*) mercato dell'accesso a banda larga all'ingrosso.

2. I mercati dell'accesso al dettaglio alla rete telefonica pubblica in postazione fissa per clienti residenziali e non residenziali, di cui ai punti *i*) e *ii*) del comma 1, sono definiti come la domanda e l'offerta, rispettivamente rivolta ai clienti residenziali e non residenziali, di una connessione o di un accesso (in postazione fissa o indirizzo fisso) alla rete telefonica pubblica allo scopo di fare e/o ricevere chiamate telefoniche ed accedere ai servizi correlati.

3. Il mercato dell'accesso all'ingrosso (fisico) alle infrastrutture di rete in postazione fissa, di cui al punto *iii*) del comma 1, è definito come la domanda e l'offerta dei servizi di accesso all'ingrosso fisico alle infrastrutture di rete in postazione fissa (ivi compreso l'accesso condiviso o pienamente disaggregato), forniti mediante l'utilizzo delle tecnologie su rame, su fibra ottica e WLL.

4. Il mercato dell'accesso a banda larga all'ingrosso, di cui al punto *iv*) del comma 1, è definito come la domanda e l'offerta dei servizi all'ingrosso di accesso non fisico o virtuale alla rete fissa, forniti mediante l'utilizzo delle tecnologie su rame su fibra ottica e WLL.

5. I mercati rilevanti, di cui al comma 1, hanno tutti dimensione geografica nazionale.

Art. 3
IDENTIFICAZIONE DEGLI OPERATORI AVENTI SIGNIFICATIVO POTERE DI MERCATO

1. In tutti i mercati di cui all'articolo 2 non sussistono condizioni di concorrenza effettiva.

2. Telecom Italia è identificato quale operatore detentore di significativo potere di mercato in tutti i mercati di cui all'articolo 2.

La presente delibera è pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana, nel Bollettino Ufficiale e sul sito *web* dell'Autorità.

Napoli, 10 giugno 2009

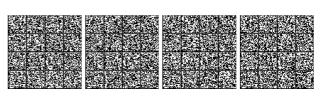
Il presidente: CALABRÒ

I commissari relatori: D'ANGELO - SAVARESE

09A07200

ITALO ORMANNI, *direttore*

ALFONSO ANDRIANI, *redattore*
DELIA CHIARA, *vice redattore*

(G903090/1) Roma, 2009 - Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A. - S.

GAZZETTA UFFICIALE
DELLA REPUBBLICA ITALIANA

CANONI DI ABBONAMENTO ANNO 2009 (salvo conguaglio) (*)

GAZZETTA UFFICIALE - PARTE I (legislativa)

			CANONE DI ABBONAMENTO
Tipo A	Abbonamento ai fascicoli della serie generale, inclusi tutti i supplementi ordinari:		
	(di cui spese di spedizione € 257,04)	- annuale	€ **438,00**
	(di cui spese di spedizione € 128,52)	- semestrale	€ **239,00**
Tipo A1	Abbonamento ai fascicoli della serie generale, inclusi i soli supplementi ordinari contenenti i provvedimenti legislativi:		
	(di cui spese di spedizione € 132,57)	- annuale	€ **309,00**
	(di cui spese di spedizione € 66,28)	- semestrale	€ **167,00**
Tipo B	Abbonamento ai fascicoli della serie speciale destinata agli atti dei giudizi davanti alla Corte Costituzionale:		
	(di cui spese di spedizione € 19,29)	- annuale	€ **68,00**
	(di cui spese di spedizione € 9,64)	- semestrale	€ **43,00**
Tipo C	Abbonamento ai fascicoli della serie speciale destinata agli atti della CE:		
	(di cui spese di spedizione € 41,27)	- annuale	€ **168,00**
	(di cui spese di spedizione € 20,63)	- semestrale	€ **91,00**
Tipo D	Abbonamento ai fascicoli della serie destinata alle leggi e regolamenti regionali:		
	(di cui spese di spedizione € 15,31)	- annuale	€ **65,00**
	(di cui spese di spedizione € 7,65)	- semestrale	€ **40,00**
Tipo E	Abbonamento ai fascicoli della serie speciale destinata ai concorsi indetti dallo Stato e dalle altre pubbliche amministrazioni:		
	(di cui spese di spedizione € 50,02)	- annuale	€ **167,00**
	(di cui spese di spedizione € 25,01)	- semestrale	€ **90,00**
Tipo F	Abbonamento ai fascicoli della serie generale, inclusi tutti i supplementi ordinari, e dai fascicoli delle quattro serie speciali:		
	(di cui spese di spedizione € 383,93)	- annuale	€ **819,00**
	(di cui spese di spedizione € 191,46)	- semestrale	€ **431,00**
Tipo F1	Abbonamento ai fascicoli della serie generale inclusi i supplementi ordinari con i provvedimenti legislativi e ai fascicoli delle quattro serie speciali:		
	(di cui spese di spedizione € 264,45)	- annuale	€ **682,00**
	(di cui spese di spedizione € 132,22)	- semestrale	€ **357,00**

N.B.: L'abbonamento alla GURI tipo A, A1, F, F1 comprende gli indici mensili
Integrando con la somma di € 80,00 il versamento relativo al tipo di abbonamento alla ***Gazzetta Ufficiale*** - parte prima - prescelto, si riceverà anche l'**Indice Repertorio Annuale Cronologico per materie anno 2009.**

CONTO RIASSUNTIVO DEL TESORO

Abbonamento annuo (incluse spese di spedizione) € **56,00**

PREZZI DI VENDITA A FASCICOLI
(Oltre le spese di spedizione)

Prezzi di vendita:		
	serie generale	€ 1,00
	serie speciali (escluso concorsi), ogni 16 pagine o frazione	€ 1,00
	fascicolo serie speciale, *concorsi*, prezzo unico	€ 1,50
	supplementi (ordinari e straordinari), ogni 16 pagine o frazione	€ 1,00
	fascicolo Bollettino Estrazioni, ogni 16 pagine o frazione	€ 1,00
	fascicolo Conto Riassuntivo del Tesoro, prezzo unico	€ 6,00

I.V.A. 4% a carico dell'Editore

5ª SERIE SPECIALE - CONTRATTI ED APPALTI

(di cui spese di spedizione € 127,00)	- annuale	€ **295,00**
(di cui spese di spedizione € 73,00)	- semestrale	€ **162,00**

GAZZETTA UFFICIALE - PARTE II

(di cui spese di spedizione € 39,40)	- annuale	€ **85,00**
(di cui spese di spedizione € 20,60)	- semestrale	€ **53,00**

Prezzo di vendita di un fascicolo, ogni 16 pagine o frazione (oltre le spese di spedizione) € 1,00
I.V.A. 20% inclusa

RACCOLTA UFFICIALE DEGLI ATTI NORMATIVI

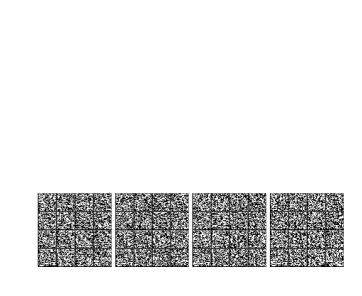
Abbonamento annuo € **190,00**
Abbonamento annuo per regioni, province e comuni - SCONTO 5% € **180,50**
Volume separato (oltre le spese di spedizione) € 18,00
I.V.A. 4% a carico dell'Editore

Per l'estero i prezzi di vendita, in abbonamento ed a fascicoli separati, anche per le annate arretrate, compresi i fascicoli dei supplementi ordinari e straordinari, devono intendersi raddoppiati. Per il territorio nazionale i prezzi di vendita dei fascicoli separati, compresi i supplementi ordinari e straordinari, relativi ad anni precedenti, devono intendersi raddoppiati. Per intere annate è raddoppiato il prezzo dell'abbonamento in corso. Le spese di spedizione relative alle richieste di invio per corrispondenza di singoli fascicoli, vengono stabilite, di volta in volta, in base alle copie richieste.

N.B. - Gli abbonamenti annui decorrono dal 1° gennaio al 31 dicembre, i semestrali dal 1° gennaio al 30 giugno e dal 1° luglio al 31 dicembre.

RESTANO CONFERMATI GLI SCONTI IN USO APPLICATI AI SOLI COSTI DI ABBONAMENTO

ABBONAMENTI UFFICI STATALI
Resta confermata la riduzione del 52% applicata sul solo costo di abbonamento

* tariffe postali di cui al Decreto 13 novembre 2002 (G.U. n. 289/2002) e D.P.C.M. 27 novembre 2002 n. 294 (G.U. 1/2003) per soggetti iscritti al R.O.C.

MODALITÀ PER LA VENDITA

La «Gazzetta Ufficiale» e tutte le altre pubblicazioni dell'Istituto sono in vendita al pubblico:

- **presso l'Agenzia dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A. in ROMA, piazza G. Verdi, 10 - ☎ 06 85082147;**
- **presso le librerie concessionarie riportate nell'elenco consultabile sul sito www.ipzs.it, al collegamento rete di vendita (situato sul lato destro della pagina).**

L'Istituto conserva per la vendita le Gazzette degli ultimi 4 anni fino ad esaurimento. Le richieste per corrispondenza potranno essere inviate a:

Funzione Editoria - U.O. DISTRIBUZIONE
Attività Librerie concessionarie, Vendita diretta e Abbonamenti a periodici
Piazza Verdi 10, 00198 Roma
fax: 06-8508-4117
e-mail: editoriale@ipzs.it

avendo cura di specificare nell'ordine, oltre al fascicolo di GU richiesto, l'indirizzo di spedizione e di fatturazione (se diverso) ed indicando i dati fiscali (codice fiscale e partita IVA, se titolari) obbligatori secondo il DL 223/2007. L'importo della fornitura, maggiorato di un contributo per le spese di spedizione, sarà versato in contanti alla ricezione.